

SKRIPSI

STRATEGI PT. BANK MANDIRI KCP PAREPARE PATOMPO MENGATASI KETERBATASAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

**STRATEGI PT. BANK MANDIRI KCP PAREPARE PATOMPO
MENGATASI KETERBATASAN PENGETAHUAN
TEKNOLOGI DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patompo
Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi
dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Nama Mahasiswa : Andhini Trivani

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor : B-3568/In./FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Arwin, S.E., M.Si. (.....)
NIP : 19910203 201903 1 013

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patompo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Nama Mahasiswa : Andhini Trivani

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

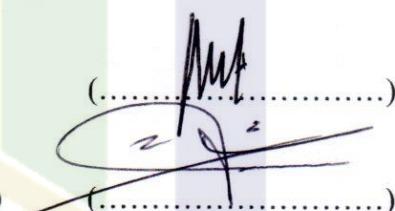
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B-3568/In./FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Ujian : 20 Mei 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Arwin, S.E., M.Si.

(Ketua)



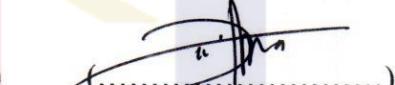
Prof. Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum.

(Anggota)



Hj. Ulfa Hidayati, M.M.

(Anggota)

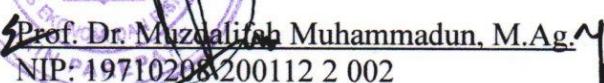


Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208200112 2 002

KATA PENGANTAR

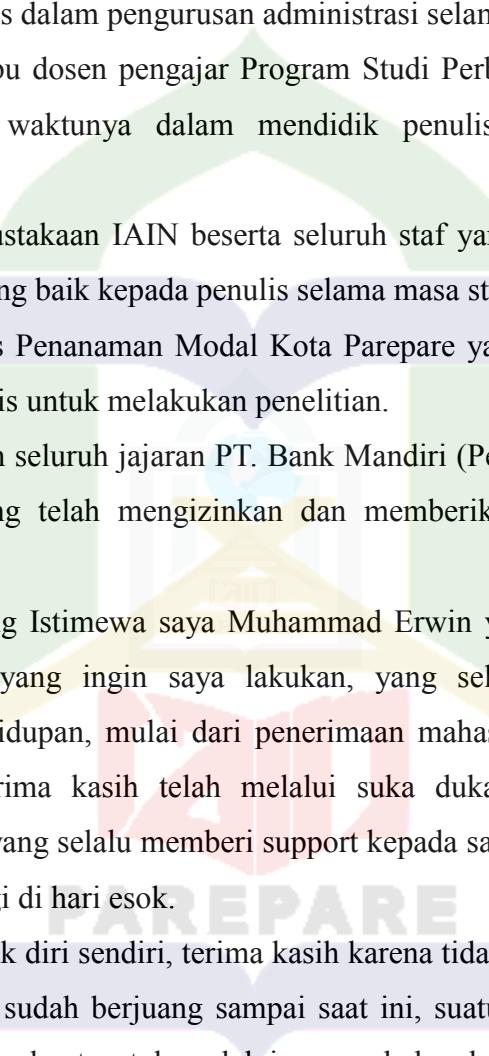
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى أَهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Selama proses penyusunan skripsi tentunya penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Sebagai bentuk rasa syukur yang tak terhingga penulis menghantarkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta Astang dan Nurmiati. Dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah Pendidikan IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana Pendidikan di IAIN Parepare.
3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M. selaku penanggung jawab Program Studi Perbankan Syariah atas jasanya mengembangkan Program Studi Perbankan Syariah menjadi lebih baik lagi.
4. Bapak Arwin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing, penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dan atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

- 
5. Ibu Prof. Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum. dan Ibu Hj. Ulfa Hidayati, M.M. selaku dosen penguji I dan II, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kritik, masukan, bimbingan, dan saran yang telah diberikan kepada penulis.
 6. Bapak dan Ibu staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi arahan penulis dalam pengurusan administrasi selama studi di IAIN Parepare.
 7. Bapak dan Ibu dosen pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
 8. Kepala Perpustakaan IAIN beserta seluruh staf yang senantiasa memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
 9. Kepala Dinas Penanaman Modal Kota Parepare yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
 10. Pimpinan dan seluruh jajaran PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yang telah mengizinkan dan memberikan data informasi terkait penelitian.
 11. Kepada Orang Istimewa saya Muhammad Erwin yang selalu *support* dalam hal apapun yang ingin saya lakukan, yang selalu bersamaan meniti pahitnya kehidupan, mulai dari penerimaan mahasiswa baru hingga sampai tahap ini terima kasih telah melalui suka duka bersama selama proses perkuliahan yang selalu memberi support kepada saya untuk kuat dan menjadi lebih baik lagi di hari esok.
 12. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih karena tidak mudah menyerah, terima kasih karena sudah berjuang sampai saat ini, suatu kebanggaan bisa sampai tahap ini, saya kuat untuk melalui semua hal, sekali lagi terima kasih untuk diri sendiri.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 02 Mei 2025

Penulis,

ANDHINI TRIVANI
NIM. 2120203861206032



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Andhini Trivani
NIM : 2120203861206032
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 09 Agustus 2003
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking.*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 02 Mei 2025

Penyusun,

ANDHINI TRIVANI
NIM. 2120203861206032

ABSTRAK

ANDHINI TRIVANI. *Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam penggunaan Mobile Banking* (dibimbing oleh Bapak Arwin).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perbankan untuk menyediakan layanan *mobile banking* untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi nasabah. Namun, penggunaan *mobile banking* masih menghadapi hambatan, terutama di kalangan nasabah yang memiliki keterbatasan pengetahuan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala teknologi yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking*, bagaimana strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking* dan sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*). Jenis data yang digunakan adalah jenis data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kendala teknologi yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* ada dua faktor yaitu faktor internal (keterbatasan sumber daya manusia dari pihak perbankan, kurangnya kegiatan edukasi pemasaran melalui media sosial) dan eksternal (kurangnya pemahaman nasabah, kendala teknis dan banyaknya kompetitor). 2) Bagaimana strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking* dengan mengadakan program pelatihan dan workshop, meningkatkan keamanan dan privasi *mobile banking* dan menyediakan layanan pelanggan yang responsif. 3) Sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo terdiri dari tiga tahapan yaitu tahapan perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang dihasilkan berhasil menarik minat nasabah dan mendapat sekitar 55 pembukaan rekening baru per bulannya.

Kata kunci: *Strategi, Pengetahuan, Mobile Banking, Bank Mandiri.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teoritis.....	12
C. Kerangka Konseptual	32
D. Kerangka Pikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Fokus Penelitian	37
D. Jenis dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	38
F. Uji Keabsahan Data.....	40

G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Apa saja kendala teknologi yang dihadapi nasabah dalam proses edukasi penggunaan <i>mobile banking</i> di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.....	43
2. Bagaimana strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan <i>mobile banking</i>	51
3. Sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan <i>mobile banking</i> PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.....	54
B. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Apa saja kendala teknologi yang dihadapi nasabah dalam proses edukasi penggunaan <i>mobile banking</i> di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.....	64
2. Bagaimana strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan <i>mobile banking</i>	71
3. Sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan <i>mobile banking</i> PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.....	73
BAB V PENUTUP	80
A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87
BIODATA PENULIS	106

DAFTAR TABEL

No. Gambar	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo Periode 2023-2025	4



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Survei Pengguna <i>Mobile Banking</i> di Indonesia	2
2.1	Kerangka Pikir	35



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Penetapan Pembimbing Skripsi	87
2	Pedoman Wawancara	89
3	Surat Rekomendasi Izin Penelitian dari IAIN Parepare	91
4	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	92
5	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Lokasi Penelitian	93
6	Surat Keterangan Wawancara	94
7	Dokumentasi	100
8	Biodata Penulis	105

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda. Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ڙ	zet (dengan titik di bawah)

ء	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	a	a
إ	<i>Kasrah</i>	i	i
ء	<i>Dammah</i>	u	u

- b. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathah dan ya'	ai	a dan i
وَ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَةً : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ / يَ	fathah dan alif atau ya'	ā	a dan garis di atas
يَ	kasrah dan ya'	ī	i dan garis di atas
وَ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قَيْلَةً : *qīla*

يَمُونُتْ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta murbatah ada dua:

- a. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: <i>rauḍah al-jannah</i> atau <i>rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْقَاضِيَّةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>al- madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَحْنُنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجَّ	: <i>al-hajj</i>
نَعَّمْ	: <i>nu ‘imā</i>
عَدُوُّ	: <i>‘aduwun</i>

Jika huruf ى bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يـ), maka ia transliterasi seperti huruf maddah (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلَيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf ـ (alif lam ma’rifah). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf syamsiah

maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الْزَّلْزَالُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلْسَافَةُ : *al-falsafah*

الْبَلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta 'murūna*

الْنَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai 'un*

أُمْرٌ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dar Qur'an), sunnah. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhi bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur‘an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Al-Ghazli

AL-Munqiz min al-Dalal.

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>‘alaihi al- sallām</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
l.	= Lahir tahun
w.	= Wafat tahun
SM	= Sebelum Masehi
QS/...4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهوى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعه
دن	=	بدون ناشر

الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Selain itu, beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantara sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s). Dalam catatan kaki/akhir, kata ed. Tidak perlu diapit oleh tanda kurung, cukup membubuhkan tanda koma (,) antara nama editor (terakhir) dengan kata ed. Tanda koma (,) yang sama juga mengantarai kata ed. Dengan judul buku (menjadi: ed.,). Dalam daftar pustaka, tanda koma ini dihilangkan. Singkatan ed. Dapat ditempatkan sebelum atau sesudah nama editor, tergantung konteks pengutipannya. Jika diletakkan sebelum nama editor, ia bisa juga ditulis Panjang menjadi. “Diedit oleh....”
- Et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak. Yang mana pun yang dipilih, penggunaannya harus konsisten.
- Cet. : Cetakan. Keterangan tentang frekuensi cetakan sebuah buku atau literatur sejenis biasanya perlu disebutkan karena alasan tertentu, misalnya, karena karya tersebut telah dicetak lebih dari sekali, terdapat perbedaan penting antara cetakan sebelumnya dalam hal isi, tata letak halaman, dan nama penerbit. Bisa juga untuk menunjukkan bahwa cetakan yang sedang digunakan merupakan edisi paling mutakhir dari karya yang bersangkutan.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

- Vol. : Volume. Biasanya dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.¹ Bank tidak hanya berfungsi menghimpun dana masyarakat, tetapi juga menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan yang mendukung kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Kinerja Bank menunjukkan bahwa Bank mampu mengalokasikan berbagai sumber daya².

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.³ Sehingga berbicara mengenai Bank tidak lepas dari masalah keuangan. Dimana aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah dunia perbankan adalah kegiatan *funding*.

Perkembangan teknologi dari masa ke masa terus berkembang ke arah yang lebih canggih. Membuat para perusahaan harus memperhatikan strategi yang akan dilakukan agar mampu bersaing dalam rangka menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat.⁴ Perkembangan ini didasarkan dari inovasi dan kreatifitas manusia. Teknologi sangat membantu kehidupan dan memberikan

¹ Arwin, Dewianti Ulandari and Muzdalifah Muhammadun, 'EXPLORATION OF EMPLOYEE KNOWLEDGE ABOUT FINANCING PRODUCTS: A STUDY AT BANK MUAMALAT KC', 10 (2025), pp. 483–506.

² Arwin, 'Pengaruh CAR, BOPO, FDR Dan NPF Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank Muamalat Di Indonesia', *Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3 (2021), Hal. 76.

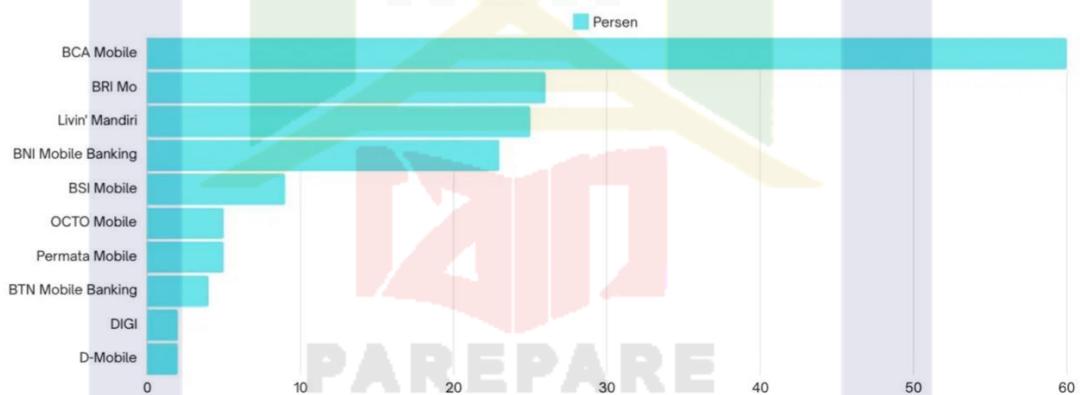
³ Ayunia Putri and Doni Marlius, 'Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Padang', *Jurnal OSF*, 2022, pp. 1–12 <www.btn.co.id>.

⁴ St. Nurhayati, Abd. Hamid, Jumrah Tahir, Rusnaena, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafe Nuara Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)', *Jurnal of Management*, 2022.

kemudahan bagi masyarakat, bahkan dengan kemajuan teknologi bisa menciptakan peluang untuk menghasilkan uang tanpa harus meninggalkan rumah. Internet dan gadget merupakan hasil dari kemajuan teknologi.

Perbankan Indonesia telah melakukan banyak upaya untuk memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya, salah satunya dengan menggunakan kemajuan teknologi untuk menyediakan layanan *mobile banking*.⁵ Setiap Bank pasti memiliki strategi untuk meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* yang setiap tahunnya selalu berinovasi untuk memudahkan setiap nasabah dalam melakukan transaksi atau pembayaran tanpa perlu mengeluarkan uang tunai. *Mobile banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan, namun penggunaannya sering terhambat oleh keterbatasan pengetahuan teknologi di kalangan nasabah. Oleh karena itu, strategi Bank dalam mengatasi masalah ini menjadi sangat penting untuk meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking*.

Grafik 1.1 Survei pengguna *mobile banking* di Indonesia



Sumber : Populix, Mei 2024

Berdasarkan Grafik 1.1 menunjukkan bahwa minat nasabah di Indonesia terhadap aplikasi *mobile banking* meningkat seiring dengan kemajuan teknologi, peningkatan literasi digital dan inovasi yang ditawarkan oleh Bank. Hal ini

⁵ Muhammad Irfan Anto, Analisis Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking BSI KCP Parepare (2022):2.

mencerminkan perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengutamakan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi digital.

Mobile banking adalah inovasi dari perkembangan, ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan oleh perusahaan perbankan untuk mempermudah transaksi nasabah dalam memenuhi kebutuhan dimana dapat diakses dengan menginstal aplikasi di telepon. Aplikasi *mobile banking* merupakan aplikasi yang diluncurkan oleh sektor perbankan untuk memberikan inovasi pelayanan terhadap nasabahnya dengan tujuan melakukan berbagai transaksi perbankan yang dapat diakses melalui ponsel, dan memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Dalam hal ini, fungsi Bank bukan hanya sekedar menyimpan dan menyalurkan uang, namun dengan menggunakan *mobile banking* para nasabah dapat melakukan aktifitas seperti setor dan tarik tunai, membayar tagihan, transfer, pembelian pulsa dan data, top up dompet digital, pembelian token listrik, dan penggunaan fitur lainnya.⁶ Industri perbankan khususnya layanan *mobile banking*, elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat hubungan antar pelanggan dan penyedia produk dan jasa yaitu Bank.

Menurut Dasar Hukum Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (PJOK) ini adalah: UU No. 7 Tahun 1992, UU No. 21 Tahun 2008, UU No. 4 Tahun 2023 tentang layanan digital oleh Bank umum. Dalam peraturan otoritas jasa keuangan ini mengatur tentang layanan digital yaitu produk Bank dalam bentuk layanan untuk memberikan akses bagi nasabah atau calon nasabah terkait produk Bank maupun layanan dari mitra Bank, serta dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dan atau calon nasabah.

Sebagaimana tercantum dalam akta No. 9 tanggal 2 Oktober 1998. PT. Bank Mandiri menjadi Perusahaan Perseroan yang kemudian disebut dengan PT. Bank Mandiri. PT. Bank Mandiri (Persero) didirikan sebagai bagian dari program

⁶ Lidia Sihotang and Ilham Hudi, 'Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa, Layanan Perbankan Di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru Sudirman', *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 4.2 (2023), pp. 106–14, doi:10.24127/akuntansi.v4i2.4831.

restrukturisasi perbankan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kcp Parepare Patombo bertempat di Jl. Baso Daeng Patombo No. 17, Ujung Sabbang, Kec.Ujung, Kota Parepare. Sulawesi Selatan. Bank Mandiri merupakan salah satu bank unggulan dan terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan yang luas tersebar di seluruh daerah, termasuk di Kota Parepare yang juga menawarkan *mobile banking* sebagai salah satu layanan perbankan. Bank Mandiri memberikan aplikasi layanan *mobile banking* yaitu “Livin by’ Mandiri” untuk nasabahnya dalam upaya peningkatan penggunaan layanan *mobile banking*.

Dalam peningkatan layanan Bank Mandiri mengeluarkan suatu layanan yang dapat mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi. Jasa layanan transaksi keuangan perbankan yang dapat diakses melalui *smartphone* berbasis internet, *mobile banking* dapat diakses kapan dan dimanapun, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi melalui *smartphone* secara cepat dan efisien selama 24 jam tanpa ada batasan. Jenis-jenis layanan transaksi perbankan yang terdapat pada *mobile banking* umumnya seperti transfer dana antar rekening atau ke Bank lain, pembayaran kartu kredit, angsuran, asuransi, pembayaran PDAM, listrik atau token listrik, pembelian pulsa atau kouta internet, pembayaran e-wallet.⁷ Kehadiran *mobile banking* sangat membantu perbankan dalam melayani nasabah tanpa harus datang ke kantor untuk mengantri.

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

KCP Parepare Patombo Periode 2023-2025

No.	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	2023	2.186	-
2.	2024	2.906	0,32%

⁷ Muhamad Putera Ismail Antonov, Filani Zikri Hassan, and Neni Nurisnaini, ‘Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah’, *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2.2 (2022), pp. 189–98, doi:10.37641/jikes.v2i2.1458.

3.	2025	3.086	0,08%
----	------	-------	-------

Sumber : PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada bulan februari tahun 2025 jumlah pengguna *mobile banking* di Bank Mandiri mencapai 3.086 nasabah. Meskipun mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan bahwa banyak nasabah yang telah mengunduh dan memiliki aplikasi *mobile banking*, namun belum dapat menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut secara optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman nasabah mengenai penggunaan teknologi, khususnya di kalangan yang kurang familiar dengan perangkat digital. Selain itu, kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi saat bertransaksi secara online juga menjadi alasan mengapa mereka ragu menggunakan layanan tersebut. Bahkan sebagian besar nasabah memilih untuk menonaktifkan akun *mobile banking* yang sebelumnya telah didaftarkan oleh pihak Bank.

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi para nasabahnya akan tetapi tetap didapati banyak keluhan atau kurang nyamannya nasabah pada saat penggunaan layanan tersebut. Dalam implementasi *mobile banking* menggunakan internet sehingga sering terjadi *trouble* yang disebabkan oleh keterbatasan akses sinyal disetiap daerah masyarakat juga merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah lebih memilih mengantri daripada menggunakan *mobile banking*. Keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para nasabah merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan dari sisi nasabah yang mana dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Sehingga banyak nasabah yang kurang puas dengan layanan *mobile banking* tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, sangat penting bagi saya untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patompo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam penggunaan Mobile Banking”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apa saja kendala teknologi yang dihadapi nasabah dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking*?
3. Sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kendala teknologi yang dihadapi nasabah dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.
2. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui sejaughmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan. Dan diharapkan dapat berguna bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang strategi Bank dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi penggunaan *mobile banking*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo untuk dapat mengembangkan inovasi baru dari sistem *mobile banking* di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah Bank Mandiri dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan atau wawasan penulis, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan hasil penelitian ini merupakan perbandingan dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, di mana hal ini merupakan upaya untuk menjamin bahwa penelitian ini bukan plagiarism. Terdapat beberapa tulisan hasil penelitian langsung dengan pembahasan skripsi ini yakni tentang strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*.

1. Heny Purnama Sari pada tahun 2021, dengan judul “*Strategi PT. Bank Syariah Kantor Cabang Panyabungan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Mobile Banking*”.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, kendala Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi optimalisasi *mobile banking* PT. Bank SUMUT Syariah kantor cabang Panyabungan yaitu pelatihan/mengedukasi nasabah agar penggunaan *mobile banking* dapat meningkat.⁸

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya meneliti strategi Bank dalam meningkatkan adopsi *mobile banking* yaitu dengan pelatihan/mengedukasi nasabah. Perbedaannya penelitian tersebut lebih memfokuskan pada strategi Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*. Sedangkan penelitian ini lebih membahas strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

⁸ Heny Purnama Sari, *Strategi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Panyabungan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Mobile Banking*, 2021 <<http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/id/eprint/7078>>.

mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking*.

2. Hamdiah dan Likdanawati pada tahun 2021, dengan judul “*Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe)*”.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Bank Mandiri untuk peningkatan minat nasabah dalam menggunakan internet *mobile banking* ialah melakukan kegiatan promosi/sosialisasi untuk memperkenalkan layanan jasa. Promosi bisa dilakukan dengan cara membuat iklan dan penjualan personal. Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan internet *mobile banking* adalah kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang fasilitas internet *mobile banking* sehingga masih banyak nasabah yang belum memahami penggunaan teknologi.⁹

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya meneliti kendala Bank dalam meningkatkan adopsi *mobile banking* yaitu kurangnya pemahaman nasabah menggunakan *mobile banking*. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian sebelumnya yang membahas tentang strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet *mobile banking*. Sedangkan penelitian ini lebih membahas bagaimana strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking*.

⁹ Hamdiah and Likdanawati, ‘Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Di Lhokseumawe)’, *Jurnal Visioner & Strategis*, 10.1 (2021), pp. 1–8.

3. Christie Angela Martha Sahetapy, I Made Widiantara, I Gede Iwan Suryadi pada tahun 2022, dengan judul “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Mobile Banking PT. Bank BNI (Persero) Tbk. KCP Timika Papua*”.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Bank BNI KCP Timika Papua dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* yaitu melalui promosi penjualan, personal *selling*/sosialisasi langsung kepada nasabah.¹⁰

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya meneliti strategi dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung. Perbedaannya di mana peneliti hanya memfokuskan strategi promosi dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* PT. Bank BNI (Persero) Tbk. KCP Timika Papua. Sedangkan penelitian ini lebih membahas bagaimana strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking*.

4. Erwina Kartika Devi, Bahrul Ma’ani dan Husin Abdul Wahab pada tahun 2023, dengan judul “*Strategi Pemasaran Layanan Jasa Mobile Banking Bank9 Jambi Syariah Kantor Cabang Muara Sabak*”.

Metode dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran layanan *mobile banking* dan kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank9 Jambi Syariah Kantor Cabang Muara Sabak dalam memasarkan layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran layanan *mobile banking* di Bank9 Jambi bertujuan untuk meningkatkan kegiatan promosi. Adapun

¹⁰ Christine Angela Martha Sahetapy, I Made Widiantara, dan I Gede Iwan Suryadi, ‘Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Mobile Banking Pada Pt. Bank Bni (Persero) Tbk. Kcp Timika, Papua’, *Repository Politeknik Negeri Bali*, 2022, pp. 1–9.

kendala yang dihadapi oleh Bank 9 Jambi Syariah Cabang Muara Sabak dalam memasarkan layanan *mobile banking* terletak pada minimnya pemahaman teknologi.¹¹

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya meneliti kendala yang dihadapi dalam memasarkan layanan *mobile banking* yaitu minimnya pemahaman nasabah terkait teknologi *mobile banking*. Perbedaannya dimana peneliti tersebut fokus pada strategi pemasaran layanan jasa *mobile banking* Bank9 Jambi Syariah Kantor Cabang Muara Sabak. Sedangkan penelitian ini lebih membahas bagaimana strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking*.

5. Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, Hasyim Hasyim pada tahun 2024, dengan judul “*Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar dan Teknologi*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas SDM, pelatihan/edukasi nasabah dan literasi keuangan, dan pengembangan produk dan layanan inovatif adalah langkah-langkah yang krusial bagi perbankan di Indonesia untuk menghadapi tantangan pasar yang dinamis.¹²

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya meneliti strategi perbankan dalam mengatasi keterbatasan penggunaan teknologi yaitu dengan pelatihan/edukasi nasabah. Perbedaannya terletak pada penelitian tersebut fokus pada strategi perbankan dalam menghadapi perubahan pasar dan teknologi di Indonesia. Sedangkan penelitian ini lebih membahas strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare

¹¹ Erwina Kartika Devi, Bahrul Ma’ani, and Husin Abdul Wahab, ‘Strategi Pemasaran Layanan Jasa Mobile Banking Bank 9 Jambi Syariah Kantor Cabang Muara Sabak’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.2 (2023), p. 2187, doi:10.29040/jiei.v9i2.8957.

¹² Ferozi Ramdana Irsyad and others, ‘Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia’, *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3.2 (2024), pp. 29–46, doi:10.56444/transformasi.v3i2.1594.

Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking*.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori TAM

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori penerimaan teknologi yang digunakan dalam penelitian ini. *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 adalah suatu adaptasi dari *Theory of Reasoned action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Faktor yang mempengaruhinya yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan dan kemanfaatan penggunaan.¹³ Model ini dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerima pengguna terhadap suatu sistem informasi akutansi. Pada TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna teknologi informasi. TAM adalah sebuah teori yang menjelaskan persepsi pengguna teknologi. Persepsi pengguna tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan teknologi tersebut.

Perkembangan teknologi telah mengubah bagaimana kita bekerja, juga mengubah apa yang kita kerjakan. Dalam proses penerapan teknologi informasi dalam pekerjaan sehari-hari, tiap individu mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Model-model penerimaan teknologi telah menggabungkan sikap/*attitude user* di tempat kerja dan apa yang dilakukan. Untuk melihat prediksi dalam

¹³ Syafri Hamzah dan Muhammad Fajar Anugrah, ‘Analisis Pemanfaatan Sistem Informasi Akademik Pada Institut Teknologi Dan Bisnis Palcomtech Menggunakan Metode TAM Dan EUCS’, *Skripsi*, 2023. Hal. 15.

jangka panjang tentang penerimaan teknologi oleh pemakai dapat dilakukan dengan cara mengukur respon *affective* dari pengguna teknologi baru.

Ada lima karakteristik dalam penerimaan teknologi yaitu:

1. Keuntungan relative (*relative advantage*), teknologi menawarkan perbaikan.
2. kesesuaian (*compatibility*), konsisten dengan praktek sosial dan norma yang ada pada pemakai teknologi.
3. *Complexity*, kemudahan untuk menggunakan atau mempelajari teknologi.
4. *Trialability*, kesempatan untuk melakukan inovasi sebelum menggunakan teknologi.
5. *Observability*, keuntungan teknologi bisa dilihat secara jelas.

Konsep TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi, konsep yang digunakan adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*), minat perilaku menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). TAM berteori bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan.

2. Teori Strategi

a. Pengertian Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari Bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti jendral. Pada awalnya kata “*strategis*” digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang keberbagai bidang yang berbeda

seperti strategi ekonomi, manajemen strategi, pemasaran dan lain sebagainya. Dalam dunia bisnis, strategi adalah proses penentuan arah tujuan jangka panjang organisasi melalui upaya pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya organisasi secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar dan pemangku kepentingan.¹⁴ Strategis merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Strategi dapat memberikan panduan jelas untuk mengarahkan sumber daya dan upaya organisasi menuju tujuan jangka panjang.¹⁵ Dapat membangun keunggulan bersaing yang bertujuan untuk menciptakan nilai unik yang membedakan produk atau layanan dari pesaing, sehingga menarik lebih banyak pelanggan.

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam karyanya masing-masing. Diantaranya dikemukakan oleh beberapa pakar, yaitu:

- 1) A.M Kadarman mengungkapkan strategi merupakan penentuan tujuan utama yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi, serta pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.¹⁶
- 2) Andrews menyatakan bahwa strategi adalah pola tujuan, sasaran, dan pedoman/rencana umum untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yang diungkapkan dengan mendefinisikan bisnis apa yang digeluti perusahaan atau apa yang harus dilakukan perusahaan.¹⁷

¹⁴ Ulfa Hidayati, S. Pd., M.M. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Perspektif Tata Kelola Pemerintah)*, ed. by Nurfitriani, S. Psi. M.M. (Cendikia Publisher, 2020). Hal. 3.

¹⁵ Intan Dwi Pawestri, ‘Analisis SWOT Pemasaran Produk QRIS Ultimate Automated Transaction (QUAT) Pada BPD DIY Cabang Pembantu Syariah’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2021.

¹⁶ A.M. Kadarman, ‘Pengantar Ilmu Manajemen’ (Jakarta: Prenhallindo, 2001). Hal. 58.

¹⁷ Mudrajad Kuncoro, *Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2006). Hal. 1.

- 3) Chander mengungkapkan strategi adalah penentuan dasar goal jangka panjang dan tujuan perusahaan serta pemakaian cara-cara dan alokasi sumber-sumber yang di perlukan untuk mencapai tujuan.¹⁸
- 4) Griffin mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁹
- 5) Hamel dan Prahalad mengungkapkan strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan masa depan.²⁰
- 6) Alfred Chandler mengungkapkan strategi merupakan tujuan dasar jangka panjang perusahaan dan adopsi tindakan dan alokasi sumber yang di perlukan untuk melaksanakan tujuan-tujuan ini.²¹
- 7) Menurut G. R. Terry, perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa akan datang dengan jalan menjabarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.²²

¹⁸ Nasmila, ‘Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Muamalat Tbk. KCP Parepare’, *IAIN PAREPARE*, 2021, Hal. 15.

¹⁹ Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Perdana Media Group, 2005). Hal. 132.

²⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2009). Hal. 59-60.

²¹ Nanang Fattah, *Manajemen Strategi Berbasis Nilai* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2016). Hal. 86.

²² Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar; Pengertian, Dan Masalah*. (Cet, VI; Jakarta: Bumi Aksara, 2007). Hal 92.

Dari pengertian yang dikemukakan beberapa pakar ilmu strategi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pada hakikatnya merupakan suatu perencanaan jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau organisasi.

b. Tahap-Tahap Strategi

Stephen P. Robbins dan Mary Coulter mengungkapkan bahwa strategi adalah rencana untuk bagaimana organisasi akan melakukan apa yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana hal itu akan bersaing dengan sukses, dan bagaimana hal itu akan menarik dan memuaskan pelanggan dalam rangka mencapai tujuannya. Stephen P. Robbins dan Mary Coulter juga menyatakan ada tiga tahap strategi yaitu sebagai berikut:²³

1) Perencanaan Strategi

Pada tahap ini, organisasi menetapkan visi dan misi, serta melakukan analisis situasi yang mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Proses ini juga melibatkan penetapan tujuan jangka panjang dan pemilihan strategi yang tepat untuk mencapainya. Perencanaan yang baik memberikan arah yang jelas bagi seluruh organisasi.

2) Implementasi Strategi

Di dalam implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan

²³ Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, ed. by Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera (Manajemen, 2010). Hal. 215.

yang nyata. Implementasi strategis memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai.

3) Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan. Evaluasi membantu memastikan bahwa strategi tetap relevan dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Di sini, organisasi akan mengkaji ulang faktor-faktor yang ada, mengukur kinerja berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

c. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- 1) Mengkomunikasikan satu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksloitasi keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi.

Strategi perlu ada rumusan yang jelas karena nantinya akan diperankan dalam membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan

kegunaan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.²⁴

3. Teori Bank

Kata Bank secara bahasa berasal dari kata *banco* dalam bahasa Italia yang berarti bangku atau meja. Pada saat itu orang melakukan pelayanan menyangkut kegiatan operasional kepada para nasabah dilakukan di atas bangku atau meja terutama dalam lalu lintas uang. Bangku inilah yang dipergunakan oleh *Bankir* untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para pelanggan atau dan popular menjadi Bank.²⁵

Bank menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.²⁶

Taswan mengatakan bahwa Bank adalah lembaga perantara dalam sebuah lembaga keuangan (*Financial Intermediary*) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*Surplus Spending*) dengan mereka yang membutuhkan dana (*deficit Spending*) serta memperlancar lalu lintas pembayaran giral.

Kasmir mendefinisikan Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya.

Malayu mengatakan bahwa Bank adalah badan yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan profit dan juga sosial. Jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.²⁷

²⁴ Rombe Yusuf, ‘Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat.’, 2020.

²⁵ Arwin, S.E, M.Si Sutrisno, SPd. M.Pd, *Manajemen Kesehatan Bank*, ed. by M.M Besse Faradiba (Cendikia Publisher, 2022). Hal 1.

²⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011). Hal. 24.

²⁷ Arwin, S.E, M.Si, Sutrisno, SPd. M.Pd, *Manajemen Kesehatan Bank*, ed. by M.M Besse Faradiba (Cendikia Publisher, 2022). Hal. 2-3.

Dari pengertian Bank di atas dapat dijelaskan Bank menghimpun dana yang berasal dari masyarakat dari masyarakat dalam bentuk simpanan, baik simpanan giro, simpanan tabungan ataupun simpanan deposito dan menyalurkan lagi kepada masyarakat dalam bentuk kredit sehingga diharapkan taraf hidup rakyat dapat meningkat.

4. Teori Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengertian pengetahuan ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam karyanya masing-masing. Diantaranya dikemukakan oleh beberapa pakar, yaitu:

- 1) Notoatmodjo mengungkapkan pengetahuan merupakan hasil tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang.²⁸
- 2) Mubarak mendefinisikan pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya.
- 3) Bloom mengungkapkan pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu.
- 4) Ngatimin mengungkapkan pengetahuan adalah sebagai ingatan atas bahan-bahan yang telah dipelajari dan mungkin ini menyangkut ini tentang mengikat kembali sekumpulan bahan yang luas dari hal-hal yang terperinci oleh teori, tetapi apa yang diberikan menggunakan ingatan akan keterangan yang sesuai.

²⁸ Notoadmodjo, *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip-Prinsip Dasar* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003). Hal. 57.

5) Pudjawidjana menyatakan pengetahuan merupakan reaksi dari manusia atas rangsangannya oleh alam sekitar melalui persentuhan melalui objek dengan indera dan pengetahuan merupakan hasil yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan sebuah objek tertentu.²⁹

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan sesuatu yang didapatkan dari berbagai sumber atau pengalaman yang menjadi dasar manusia dalam menemukan atau memperoleh suatu kebenaran.

Berdasarkan uraian di atas, dalam islam pengetahuan memiliki posisi yang sangat penting dan dihargai. Al-Qur'an dan Hadist menekankan pentingnya menuntut ilmu sebagai kewajiban setiap muslim sebagaimana yang tercantum pada QS. Al-Mujadalah/58 : 11.

يَتَعَظَّمُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَيْرٌ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: 'Berlapang-lapanglah dalam majelis', lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: 'Berdirilah kamu', berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”³⁰

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa orang yang beriman dan berilmu akan memperoleh kedudukan yang tinggi. Keimanan yang dimiliki

²⁹ Dian Andriani Binti A.Y.H. Amir, ‘Pengaruh Ilmu Pengetahuan Perbankan Terhadap Minat Bekerja Di Bank (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iainin Parepare)’, IAIN PAREPARE, 2021. Hal. 9.

³⁰ Kementerian Agama, ‘Al-Qur'an Kemenag’, (Indonesia, 2022). Hal. 29.

seseorang akan menjadi pendorong untuk menuntut ilmu pengetahuan, dan ilmu yang dimiliki seseorang akan membuat dia sadar betapa kecilnya manusia dihadapan Allah, sehingga akan tumbuh rasa kepada Allah bila melakukan hal-hal yang dilarangnya. Dalam sebuah hadis pun disebutkan tentang keutamaan mempelajari ilmu pengetahuan dalam islam, Rasulullah SAW bersabda:

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

Artinya:

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.” (HR. Muslim)³¹

Dari kedua dalil di atas menerangkan bahwa umat Islam diwajibkan untuk menuntut ilmu, karena Allah telah berjanji di dalam Al-Qur'an bahwa barang siapa yang pergi untuk menuntut ilmu maka Allah akan mengangkat derajatnya, dan Rasulullah juga menjelaskan bahwa dengan belajar atau berjalan untuk mencari ilmu maka Allah akan memudahkan jalannya menuju surga.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Mubarak, ada tujuh faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah:

1) Pendidikan

Pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang pada orang lain terhadap sesuatu hal agar mereka dapat memahami. Tidak dapat dipungkiri bahwa makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah pula mereka menerima informasi, dan pada akhirnya makin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya. Sebaliknya jika seseorang tingkat pendidikannya rendah, akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap penerimaan, informasi dan nilai-nilai yang baru diperkenalkan.

³¹ Muslim bin al-Hajjaj Al-Naisaburi, *Sahih Muslim* (Bairut: Dar al-Jil, n.d.). Juz. Hal. 71.

2) Pekerjaan

Lingkungan pekerjaan dapat menjadikan seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

3) Umur

Dengan bertambahnya umur seseorang akan terjadi perubahan pada aspek fisik dan psikologis (mental). Pertumbuhan pada fisik secara garis besar ada empat kategori perubahan pertama, perubahan ukuran, kedua, perubahan proporsi, ketiga, hilangnya ciri-ciri lama, keempat, timbulnya ciri-ciri baru. Ini terjadi akibat pematangan fungsi organ. Pada aspek psikologis atau mental taraf berpikir seseorang semakin matang dan dewasa.

4) Minat

Sebagai suatu kecenderungan atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat menjadikan seseorang untuk mencoba dan menekuni suatu hal dan pada akhirnya diperoleh pengetahuan yang lebih mendalam.

5) Pengalaman

Suatu kejadian yang pernah dialami seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Ada kecenderungan pengalaman yang kurang baik seseorang akan berusaha untuk melupakan, namun jika pengalaman terhadap obyek tersebut menyenangkan maka secara psikologis akan timbul kesan yang sangat mendalam dan membekas dalam emosi kejiwaannya, dan pada akhirnya dapat pula membentuk sikap positif dalam kehidupannya.

6) Kebudayaan

Kebudayaan dimana kita hidup dan dibesarkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap kita. Apabila dalam suatu wilayah mempunyai budaya untuk menjaga kebersihan lingkungan maka sangat mungkin masyarakat sekitarnya mempunyai sikap untuk selalu menjaga

kebersihan lingkungan, karena lingkungan sangat berpengaruh dalam pembentukan sikap pribadi atau sikap seseorang.

7) Informasi

Kemudahan untuk memperoleh suatu informasi dapat membantu mempercepat seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang baru.³²

c. Sumber-Sumber Pengetahuan

1) Rasionalisme

Rasionalisme adalah sebuah paham yang menekankan pikiran sebagai sumber utama pengetahuan dan pemegang otoritas terakhir bagi penentu kebenaran.

2) Empirisme

Empirisme adalah paham yang mengatakan bahwa pengalaman indrawi adalah satu-satunya sumber dan penjamin kepastian kebenaran.³³ Pengetahuan ini bersifat deskriptif dan dapat berkembang dari pengalaman pribadi yang berulang, seperti belajar dari kesalahan atau keberhasilan dalam situasi tertentu.

3) Wahyu

Wahyu adalah pengetahuan yang diterima para utusan Tuhan tanpa upaya dan usaha. Pengetahuan mereka atas kehendak Tuhan, Tuhan mensucikan jiwa mereka untuk memperoleh kebenaran.³⁴

4) Intuisi

Intuisi adalah kekuatan yang menurut Bargson dalam buku Amsal Bakhtiar merupakan evolusi pengalaman tertinggi manusia dimana

³² Mubarak, *Promosi Kesehatan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007). Hal. 86.

³³ Akhyar Yusuf Lubis, *Pengantar Filsafat Pengetahuan* (Depok: Penerbit Koekoesan, 2011). Hal. 52.

³⁴ Surajiyo, *Filsafat Ilmu Dan Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013). Hal. 30.

menitikberatkan pada pengetahuan yang langsung mutlak dan bukan pengetahuan yang nisbi.³⁵

d. Indikator Pengetahuan

Indikator Pengetahuan menurut Notoadmodjo adalah sebagai berikut:

- 1) Tahu (*know*) diartikan sebagai mengingat sesuatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Tahu ini ialah tingkat pengetahuan yang paling dasar, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengingat materi yang telah dipelajari sebelumnya. Ini digunakan untuk menilai sejauh mana seseorang mengetahui suatu hal dengan menggunakan kata kerja seperti menyebutkan, mendefinisikan menyatakan serta menguraikan dan sebagainya.
- 2) Memahami (*comprehension*) merupakan kemampuan untuk menjelaskan dengan tepat mengenai objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara akurat. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.
- 3) Aplikasi (*application*) adalah kemampuan untuk menerapkan materi yang telah dipelajari dalam situasi dan kondisi nyata. Aplikasi dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.
- 4) Analisis (*analysis*) adalah kemampuan untuk menguraikan materi atau objek menjadi komponen-komponen tertentu, sambil mempertahankan struktur organisasi dan menjelaskan hubungan di antara komponen tersebut.
- 5) Sintesis (*synthesis*) menunjukkan kemampuan untuk mengorganisir atau mengaitkan bagian-bagian menjadi suatu keseluruhan yang baru.

³⁵ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011). Hal. 110.

Misalnya dapat merencanakan, dapat menyesuaikan, dan sebagainya terhadap suatu teori atau rumusan-rumusan yang telah ada.

6) Evaluasi (*evaluating*) merupakan kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap suatu materi atau objek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Setelah seseorang memperoleh pengetahuan, hal tersebut memicu respons internal dalam bentuk sikap yang telah dikenalnya. Untuk mencapai kesepakatan atau kesamaan persepsi serta membangun keyakinan terkait masalah yang dihadapi, diperlukan proses komunikasi yang efektif dan motivasional. Hal ini diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku individu.³⁶

5. Teori Teknologi *Mobile Banking*

a. Pengertian Teknologi

Teknologi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu gabungan dari dua kata “*techne*” yang berarti seni atau keterampilan dan *logos* yang berarti ilmu atau pengetahuan. Secara umum, teknologi merujuk pada penggunaan ilmu pengetahuan dan keterampilan untuk merancang, membuat, dan mengembangkan produk atau layanan yang berguna bagi manusia. Teknologi terus berkembang seiring berjalaninya waktu, dengan munculnya inovasi-inovasi baru yang terus memperluas kemampuan manusia untuk menciptakan dan menggunakan teknologi. Kata teknologi bermakna pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari-hari.³⁷

Roger mengungkapkan bahwa teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam

³⁶ Polsek Pemekasan, ‘Pengaruh Pengetahuan, Pengalaman Kerja, Kompetensi SDM Dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja Personel Polsek Pemekasan’, *MAP (Jurnal Manajemen Dan Administrasi Publik)*, 2020.

³⁷ Y. Maryono dan B. Patmi Istiana, *Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Yudistira, 2008). Hal. 3.

hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan. Teknologi biasanya memiliki dua aspek yaitu *hardware* dan *software*.³⁸

Sedangkan Siemens dan Tittenberger menyatakan bahwa teknologi adalah sebuah cara mewujudkan pikiran dengan mendesain peralatan yang memudahkan kehidupan. Menurut Jacques Ellul, mendefenisikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap kegiatan manusia.

Gari J. Anglin mengungkapkan bahwa teknologi merupakan penerapan ilmu-ilmu perilaku dan alam serta pengetahuan lain secara bersistem dan menyistem untuk memecahkan masalah.

Vaza mengungkapkan bahwa teknologi adalah sebuah proses yang dilaksanakan dalam upaya mewujudkan sesuatu rasional. Teknologi merupakan ilmu pengetahuan yang ditransformasikan ke dalam produk, proses, jasa dan struktur organisasi.³⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi merupakan sarana, alat, maupun cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan memecahkan suatu masalah melalui pengetahuan untuk mencapai tujuan tertentu menjadi suatu disiplin ilmu tersendiri.

b. Pengertian *Mobile Banking*

Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa *Mobile Banking* adalah aplikasi yang diluncurkan oleh sektor perbankan untuk memberikan inovasi pelayanan terhadap nasabahnya dengan tujuan melakukan berbagai transaksi perbankan yang dapat diakses melalui ponsel, dan memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Landesman menjelaskan bahwa *mobile banking* adalah fasilitas jasa pelayanan perbankan yang tersedia pada Bank agar nasabah

³⁸ Rusman, dkk, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). Hal. 75.

³⁹ Ahmad Suryadi, S.Pd., *Teknologi Dan Media Pembelajaran Jilid 1* (Cv Jejak, Anggota IKAPI, 2020). Hal. 6-7.

bisa melakukan kegiatan transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa perlu ke Bank yang berkaitan.

Turban mengungkapkan bahwa *mobile banking* merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dilakukan melalui ATM dengan memanfaatkan perangkat *mobile*.

Riswandi mendefinisikan bahwa, *mobile banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh Bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

Hutabarat mendefinisikan *mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyedian fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali pengambilan uang *cash*.

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan Bank yang diminati nasabah, karena layanan ini memudahkan nasabah dalam melakukan proses transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.⁴⁰ Layanan yang ada pada *mobile banking* mencakup pembayaran, transfer, riwayat, dan lainnya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada *smartphone* memungkinkan nasabah untuk mengatur operasional perbankannya dengan lebih mudah dengan melakukan aktifitas perbankannya tanpa batasan ruang dan waktu. Dengan hadirnya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memudahkan nasabah untuk mengakses Bank tanpa harus datang langsung ke Bank.⁴¹

Tujuan dari *mobile banking* ini dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, serta mampu menghemat biaya transaksi Bank dan menghemat waktu dalam 24 jam sehari dimanapun nasabah berada. Sehingga tidak perlu mengantre seperti di teller maupun mesin ATM. Selain itu

⁴⁰ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). Hal. 130.

⁴¹ Tadjuddin Ahmad Syarif Iskandar, ‘Mobile Banking System’, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8. No.2 (2020).

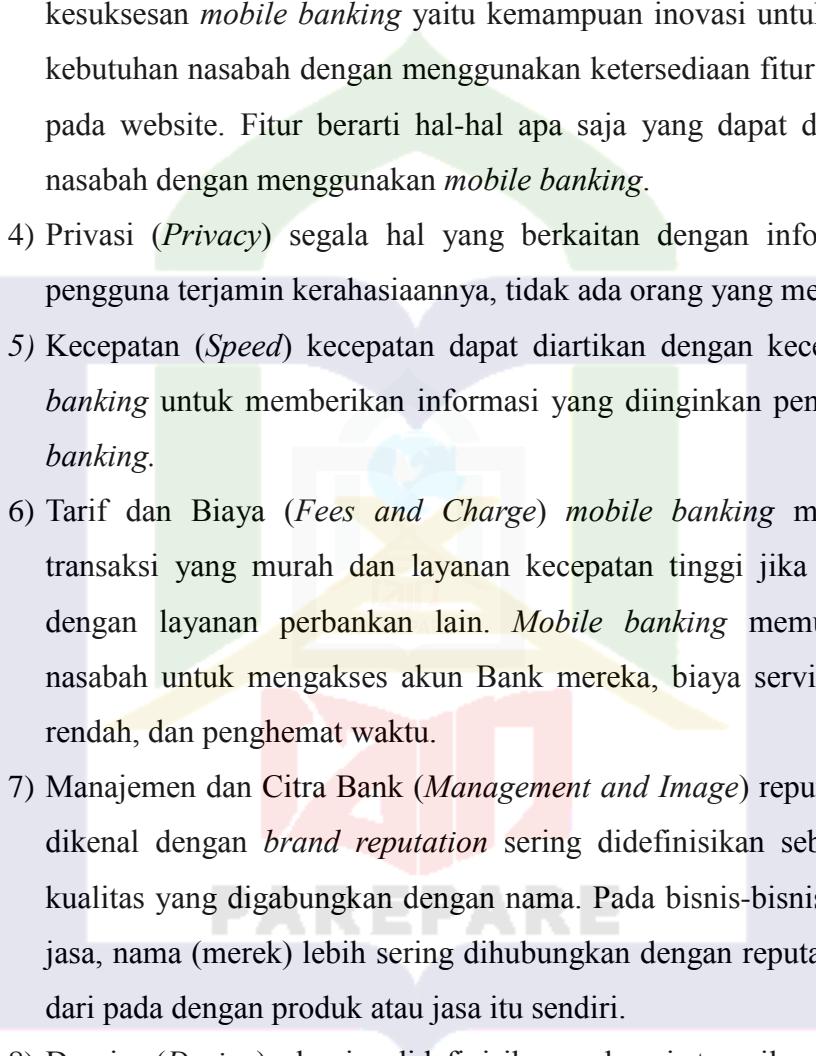
kemudahan yang ditawarkan dari *mobile banking* yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi mulai dari isi ulang pulsa, transfer sesama Bank maupun transfer ke Bank lain dan pembayaran tagihan.

c. Kendala Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

- 1) Masih rendahnya kemampuan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* masih banyak nasabah yang belum mengetahui cara menggunakan teknologi karena masyarakat belum memahami fasilitas *mobile banking*. Hal ini menyebabkan mereka memilih untuk melakukan transaksi di kantor cabang atau melalui mesin ATM.
- 2) Butuh *smartphone* untuk menggunakan *mobile banking*, banyak nasabah di daerah terpencil, yang mana belum semua nasabah menggunakan *smartphone*, sehingga nasabah nasabah tidak bisa menggunakan *mobile banking* dan lebih memilih untuk datang langsung ke Bank atau ATM untuk bertransaksi.
- 3) Jaringan yang kurang bagus, nasabah lebih memilih tidak menggunakan *mobile banking* karena jaringan mereka secara otomatis terganggu jika nasabah berada di daerah pedesaan yang sulit mengakses jaringan.
- 4) Dikenakan biaya tambahan, ketika nasabah akan mendaftarkan rekening baru untuk keperluan transfer dana, maka nasabah akan dikenakan biaya SMS, hal ini akan dapat menyulitkan nasabah ketika nasabah hendak melakukan transfer dana segera tetapi tidak memiliki pulsa.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penggunaan *Mobile Banking*

- 1) Kenyamanan (*convenience*) kenyamanan berarti nasabah merasa bahwa *mobile banking* itu *fleksibel* dalam hal waktu dan tempat. *Mobile banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.

- 
- 2) Kemampuan mengakses (*Accessability*) kemampuan mengakses adalah kemampuan mengakses situs dan menghubungi pihak Bank ketika dibutuhkan.
 - 3) Ketersediaan fitur (*Feature Availability*) faktor lain yang penting dalam kesuksesan *mobile banking* yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur yang berbeda pada website. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *mobile banking*.
 - 4) Privasi (*Privacy*) segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang mengetahuinya.
 - 5) Kecepatan (*Speed*) kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan *mobile banking* untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna *mobile banking*.
 - 6) Tarif dan Biaya (*Fees and Charge*) *mobile banking* memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. *Mobile banking* memudahkan para nasabah untuk mengakses akun Bank mereka, biaya service yang lebih rendah, dan penghemat waktu.
 - 7) Manajemen dan Citra Bank (*Management and Image*) reputasi atau lebih dikenal dengan *brand reputation* sering didefinisikan sebagai persepsi kualitas yang digabungkan dengan nama. Pada bisnis-bisnis industry dan jasa, nama (merek) lebih sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan dari pada dengan produk atau jasa itu sendiri.
 - 8) Desain (*Design*) desain didefinisikan sebagai tampilan dari internet banking semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu website Bank, semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan transaksi online.

9) Konten (*Content*) merupakan kemampuan *mobile banking* untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan.⁴²

Berdasarkan faktor-faktor pendukung dalam menggunakan *mobile banking*, di mana Bank berupaya melakukan berbagai cara agar bisa meyakinkan nasabahnya dengan menggunakan *mobile banking*, dengan segala layanan yang disediakan mulai dari kenyamanan yang bersifat fleksibel, privasi hingga konten yang disediakan.

e. Kelebihan dan Kekurangan *Mobile Banking*

Beberapa keuntungan menggunakan *mobile banking* sebagai berikut:

1) Bisa diakses dimanapun.

Salah satu manfaat teknologi *mobile banking* yang paling besar yaitu kemudahan dalam mengakses. Tampilan *mobile banking* sangat simple dan penggunaannya sangat mudah.

2) Bisa cek saldo, cek mutasi rekening tabungan, cek suku bunga, dan masih banyak lagi.

3) Menghemat waktu, karena bisa melakukan berbagai macam pembayaran tagihan kapanpun, teknologi *mobile banking* juga membantu menghemat waktu contohnya pada penggunaan aplikasi perbankan. Dengan adanya aplikasi perbankan, kamu tidak perlu lagi mengantri di Bank untuk melakukan transaksi.

4) Mengurangi resiko penipuan karena setiap transaksi yang dilakukan mendapatkan konfirmasi.

5) Memudahkan transaksi, teknologi *mobile banking* juga telah mempermudah proses transaksi keuangan. Dengan hadirnya *mobile*

⁴² Muhammad Irfan Anto, ‘Analisis Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI KC Parepare’, *IAIN PAREPARE*, 2022, Hal. 14.

banking kamu bisa melakukan transaksi dengan cepat dan mudah tanpa harus mengunjungi Bank atau ATM.⁴³

Kelemahan *mobile banking* adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Hal tersebut sebenarnya bukan tanggung jawab bank melainkan tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet provider yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan *mobile banking*. Namun demikian hal tersebut dapat mengganggu transaksi nasabah terutama jika nasabah dalam kondisi mendesak.

Keamanan yang masih menjadi kekhawatiran nasabah. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Keamanan data merupakan hal yang paling penting untuk diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi online, resiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan.

Beberapa kelemahan lainnya antara lain sering *log out*. Sering di blokir, respon buruk, keamanan, dana dipotong tapi transaksi tidak diterima, selalu minta ganti *password*, eror permintaan tidak dapat diproses, informasi *invalid*, pin terblokir, cek saldo kena biaya, bukti transaksi kadang dikirim ke email kadang tidak, selalu *time out* dan lainnya.⁴⁴

⁴³ Ragam Info, ‘7 Manfaat Teknologi Digital Dalam Kehidupan Sehari-Hari’, 2023 <<https://kumparan.com/ragam-info/7-manfaat-teknologi-digital-dalam-kehidupan-sehari-hari-20psgJZVcBo/full>>.

⁴⁴ Maryam, ‘Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Muamalat Cabang Parepare’, *IAIN PAREPARE*, 2023.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hubungan atau kaitan antara konsep yang satu dengan konsep lainnya yang berasal dari masalah yang diteliti. Kerangka konseptual gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang masalah yang diteliti.⁴⁵

Penelitian ini berjudul “Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*” dan agar lebih memahami lebih dalam penelitian ini maka penulis memberikan keterangan dan penjelasan dari beberapa kata yang mungkin dianggap perlu agar setidaknya dapat dipahami.

1. Strategi

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran khusus untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis serta menghadapi bisnis serta menghadapi kendala-kendala suatu perusahaan untuk mencapai sasaran khusus. Peneliti akan menganalisis atau melakukan penyelidikan mengenai strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*.

2. Pengetahuan Teknologi

Pengetahuan teknologi merupakan pemahaman, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menggunakan, mengelola, dan menerapkan teknologi. Ini mencakup pengetahuan tentang perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), serta cara teknologi tersebut dapat

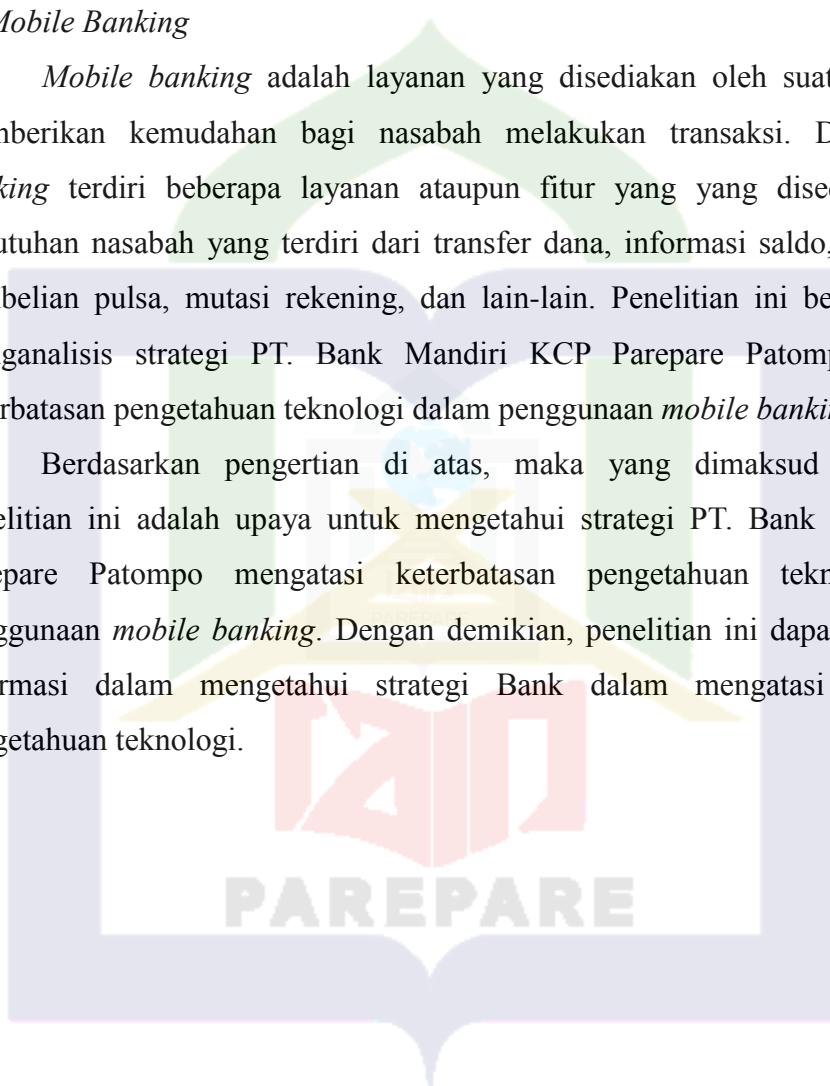
⁴⁵ M. Med.Kom Prof. Dr. Hannani, M. Ag., Dr. H. Saefuddin, M. Pd., Dr. Fikri, M. H.I., Andi Nurindah Sari, MPd., Dr. Herdah, M.Pd., Dr. Andi Bahri S, M. E., M Fil. I., Dr. Aris, M H.I., Dr. Iskandar, M. Sos. I., Bahtiar, MA., Muhammad Majdy Amiruddin, M. MA., Sari Hida, ‘Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare’, 0, 2023, pp. 39–40. ‘Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare’,(IAIN Parepare Nusantara Press, 2023). Hal. 39–40.

diterapkan untuk memecahkan masalah atau meningkatkan efisiensi dalam berbagai bidang kehidupan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*.

3. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan yang disediakan oleh suatu Bank yang memberikan kemudahan bagi nasabah melakukan transaksi. Dalam *mobile banking* terdiri beberapa layanan ataupun fitur yang yang disediakan sesuai kebutuhan nasabah yang terdiri dari transfer dana, informasi saldo, biaya listrik, pembelian pulsa, mutasi rekening, dan lain-lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*.

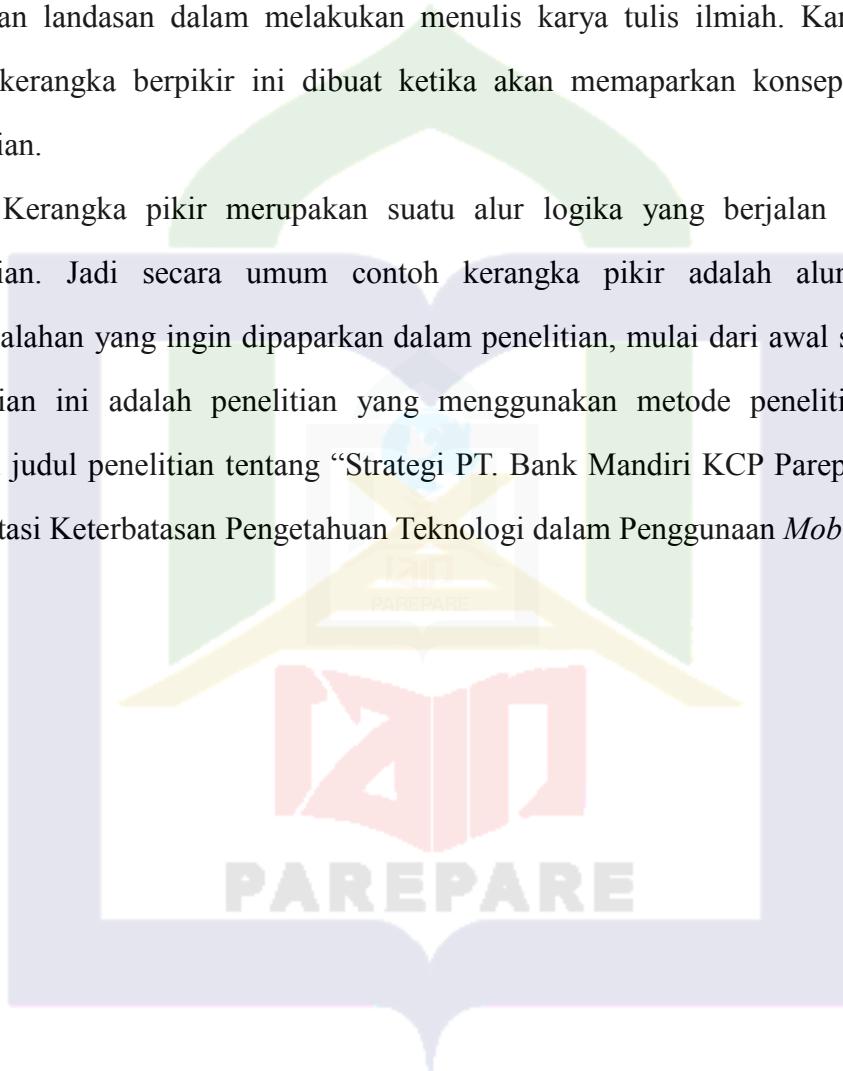
Berdasarkan pengertian di atas, maka yang dimaksud dalam judul penelitian ini adalah upaya untuk mengetahui strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan informasi dalam mengetahui strategi Bank dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi.



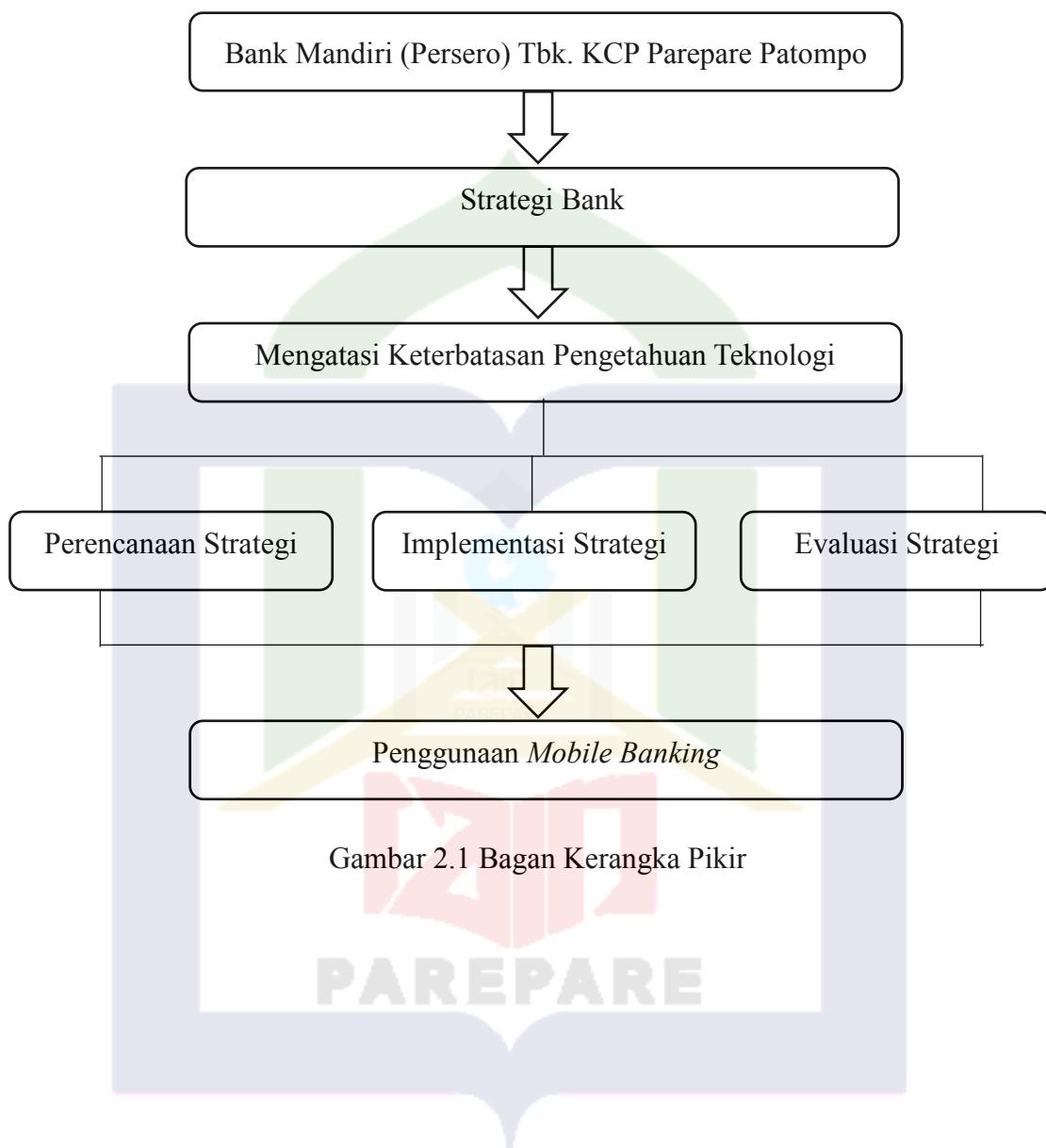
D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya dijadikan landasan dalam melakukan menulis karya tulis ilmiah. Karena menjadi dasar, kerangka berpikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian.

Kerangka pikir merupakan suatu alur logika yang berjalan dalam suatu penelitian. Jadi secara umum contoh kerangka pikir adalah alur dari suatu permasalahan yang ingin dipaparkan dalam penelitian, mulai dari awal sampai akhir. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul penelitian tentang “Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*”.



Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada gambar dibawah ini.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan lisan serta informasi dari pelaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik kontekstual melalui pengumpulan data dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif cenderung menggunakan analisis induktif.⁴⁶ Penelitian kualitatif lebih bersifat penggambaran dan dapat dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian yang berinteraksi pada pengumpulan data empiris di lapangan. Dengan mengumpulkan data dari lapangan sesuai dengan apa yang diamati dan dipelajari.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yang beralamat di Jl. Baso Daeng Patombo No. 17, Ujung Sabbang, Kec. Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

⁴⁶ Prof. Dr. Hannani, M. Ag., Dr. H. Saefuddin, M. Pd., Dr. Fikri, M. H.I., Andi Nurindah Sari, MPd., Dr. Herdah, M.Pd., Dr. Andi Bahri S, M. E., M Fil. I., Dr. Aris, M H.I., Dr. Iskandar, M. Sos. I., Bahtiar, MA., Muhammad Majdy Amiruddin, M. MA., Sari Hida. 'Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare',(IAIN Parepare Nusantara Press, 2023). Hal. 39–40.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu dalam penelitian ini sekitar kurang lebih 2 bulan disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan peneliti untuk meneliti.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu penentuan arah dari penelitian yang akan dilakukan agar supaya penelitian tersebut bisa terarah dengan benar dan hanya mencari informasi yang terkait dengan rumusan masalah dan tujuan untuk menjawab permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo mengatasi Keterbatasan pengetahuan teknologi dalam penggunaan *mobile banking*.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data yang bersifat deskriptif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sekumpulan penjelasan mengenai penelitian. Data deskriptif merupakan gambaran-gambaran data yang akan digunakan dalam suatu penelitian.

Sumber data pada penelitian ini semuanya bersumber dari data yang didapatkan dari informan berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara (*interview*). Pada suatu penelitian kualitatif terdapat 2 sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber atau informan.⁴⁷ Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti menggunakan metode wawancara yang dilakukan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo. Adapun pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti

⁴⁷ Farida Nugrahani, 'Metodologi Penelitian Kualitatif', Solo: Cakra Books, 2011, Hal. 13.

dalam penelitian ini yaitu *branch manager*, pegawai Bank di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pihak lain, semisal data hasil penelitian pihak lain digunakan untuk data penelitian, data yang diperoleh dari studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari buku-buku literatur, laporan jurnal, dan situs internet.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Tanpa diketahui pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁸ Adapun beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan data atau informasi yang relevan dengan konteks penelitian, dengan tujuan untuk menyediakan gambaran yang komprehensif dan terperinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Peneliti telah melakukan observasi di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo dan mendapatkan informasi bahwa nasabah mengeluhkan penggunaan *mobile banking* yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan teknologi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-

⁴⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Alfabeta: Bandung, 2014). Hal. 62.

pertanyaan pada para informan.⁴⁹ Wawancara dilakukan dengan pedoman yang telah disiapkan oleh peneliti, namun tidak menutup kemungkinan peneliti mengajukan pertanyaan di luar pedoman wawancaranya. Hal ini dilakukan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai pembahasan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan seperti *branch manager* Bank dan pegawai Bank. Peneliti juga akan menggunakan alat bantu perekam agar mempermudah dalam proses penyimpanan data.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu pada saat melakukan penelitian. Teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.⁵⁰ Dokumentasi ditunjukan untuk memperoleh data langsung di tempat penelitian, meliputi foto-foto dan data yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian akan semakin valid apabila didukung oleh foto-foto atau surat-surat lainnya. Metode dokumentasi dipakai peneliti untuk melengkapi hasil wawancara yang dilakukan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yaitu laporan data atau foto kegiatan yang dilakukan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo dan peneliti juga akan merekam dan memfoto selama melakukan wawancara dari pihak Bank di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo.

2. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dilapangan dengan menguraikan data dan menjadikannya data yang sistematis akurat dan mudah dipahami dan relevan

⁴⁹ Basrowi dan Suwandi, ‘Memahami Penelitian Kualitatif’, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008, Hal. 158.

⁵⁰ Ahmad Tanzeah, ‘Metodologi Penelitian Praktis’, Yogyakarta: Teras, 2011, Hal. 92.

dengan subjek penelitian. Adapun tahap pengolahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Transkripsi

Transkripsi adalah suatu proses wawancara dengan informan yang direkam dengan audio kemudian menyalin rekaman hasil wawancara tersebut dengan diketik dan dibuat kalimat yang lebih jelas sehingga mudah dimengerti.

b. Pengenalan

Pengenalan adalah suatu tahap dimana peneliti mendengarkan rekaman hasil wawancara, membaca data kembali, dan membuat catatan sebelum analisis formal dilakukan.

c. Interpretasi Data

Interpretasi data adalah suatu proses dimana peneliti memberikan pandangan atau persektifnya terhadap hasil penelitian dalam bentuk dialog yang dipaparkan, kemudian peneliti menarik kesimpulan diakhir penelitian. Pada dasarnya proses interpretasi data merupakan usaha peneliti menyimpulkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh secara empiris.

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ada 4 yaitu: *uji credibility, uji transferability, uji dependability dan uji confirmability*⁵¹ Diantara ke empat uji keabsahan tersebut, peneliti menggunakan uji keabsahan *credibility* atau kepercayaan. Dimana uji *credibility* merupakan uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah

⁵¹ Muhammad Kamal Zubair, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Press, 2020). Hal. 24.

karya ilmiah yang dilakukan. Uji keabsahan yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi sumber dan teknik sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang secara umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan metode yang ada.

2. Triangulasi Teknik

Mengecek data dengan teknik yang berbeda tetapi kepada sumber yang sama, misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh.⁵²

1. Reduksi Data

Reduksi data dapat dipandang sebagai proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, pengabstraksi, dan transformasi informasi mentah dari catatan-

⁵² Sugiyono, ‘Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)’, Bandung: Alfabeta, 2018. Hal. 368.

catatan yang tercatat di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung. Proses reduksi data lebih mengfokuskan, menyederhanakan, dan menyajikan data mentah dalam format yang lebih mudah dikelola. Intinya, reduksi data melibatkan peringkasan, pengkodean dan eksplorasi tema sekaligus membuat bagian, mengkategorikan, dan menulis catatan. Kegiatan ini berlangsung terus-menerus hingga dihasilkan laporan akhir yang lengkap.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka hal yang selanjutnya dilakukan adalah menyajikan data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan sudah mempunyai alur tema yang jelas, yang dihasilkan dari hasil wawancara atau pengamatan yang ada dilapangan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.⁵³ Dengan melakukan penyajian data (*data display*) maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan adalah kegiatan analisis yang paling akhir yang dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan.⁵⁴ Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan yang terkait dengan logika, mengangkatnya sebagai temuan-temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang berbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Tahap akhir atau kesimpulan dalam proses analisa data bertujuan untuk mencari makna data yang telah dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaannya.

⁵³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Alfabeta: Bandung, 2013). Hal. 408.

⁵⁴ Rosidi Imron, *Karya Tulis Ilmiah* (Surabaya: PT. Alfina Primatama, 2011). Hal. 27.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Studi kualitatif ini menyajikan temuan berdasarkan analisis dokumen dan wawancara dengan enam narasumber utama : Ibu Sri Wulan Dayasari (*Branch Manager*), Ibu Inda Purnamasari (*General Bankir Supervisor*), Ibu Rahmawaty (*General Bankir Staf Costumer Service*), Bapak Rahmat Hidayat Gazali (*General Bankir Staf Teller*), Bapak Ansar (*Financial Advisor*) dan Bapak Muhammad Attas (*Sales Generalist Productive*). Proses analisis data memainkan peran krusial dalam penelitian ini, memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi informasi yang dihimpun dari berbagai sumber literatur yang telah diseleksi selama tahap penelitian. Langkah ini juga berfungsi untuk mengklarifikasi data lapangan yang telah dikumpulkan sebelum tahap analisis dimulai.

Melalui proses penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti berhasil mengumpulkan beberapa temuan signifikan. Temuan-temuan ini memberikan gambaran komprehensif mengenai “Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*”.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, peneliti kini mampu menguraikan temuan penelitiannya secara terperinci dan terstruktur, hasil-hasil ini disajikan selaras dengan fokus utama dan subfokus yang telah ditetapkan dalam penelitian. Di bawah ini dijabarkan temuan-temuan penting dari studi ini.

1. Kendala Teknologi yang Dihadapi dalam Proses Edukasi Penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

Bericara mengenai kendala PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo di pengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain. Untuk diekplorasi karena pemahaman mendalam tentang faktor-faktor tersebut dapat memberikan wawasan yang berguna bagi

manajemen dalam merancang strategi yang lebih efektif. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kendala teknologi yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah segala sesuatu yang berasal dari dalam suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja, keberhasilan, atau kegagalan suatu program. Dengan kata lain, faktor internal adalah kendala atau peluang yang berasal dari dalam sistem perusahaan.

Faktor internal Bank yang menjadi salah satu faktor kunci. Hal ini mencakup kebijakan dan prosedur yang diterapkan dalam proses edukasi layanan *mobile banking*, termasuk kemampuan tim *funding* dalam menentukan teknik edukasi, kapasitas sumber daya manusia, seperti pelatihan dan proses edukasi yang dilakukan tim *funding* juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana Bank dapat menarik nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo. Adapun hasil wawancara dengan karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo terkait faktor internal kendala Bank dalam proses edukasi dengan beberapa jawaban, yaitu:

1) Kurang Sumber Daya Manusia dari Pihak Perbankan

Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) atau tenaga kerja yang memadai dapat memberikan dampak signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan sebuah perusahaan, termasuk dalam strategi edukasi. Menurut Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT.

Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, terkait faktor internal kendala proses edukasi pemasaran *mobile banking* yaitu:

“Saat ini Bank kami memiliki anggota tim edukasi berjumlah 3 orang. Tugas utama dari tim edukasi yaitu menawarkan produk-produk yang ada di Bank kami salah satunya layanan *mobile banking*. Sejauh ini jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) kami masih cukup untuk melakukan kegiatan operasional. Namun, untuk melaksanakan kegiatan edukasi *mobile banking* secara lebih intensif perlu penambahan tenaga kerja.”⁵⁵

Sedangkan menurut Ibu Rahmawaty *Selaku General Bankir Staf Costumer Service* mengatakan:

“Faktor internal kendala kegiatan edukasi yang sering kami lakukan itu, kami mengalami kekurangan sumber daya manusia untuk melaksanakan kegiatan edukasi. Kantor kami memiliki beberapa orang yang bertanggung jawab dalam kegiatan edukasi, tetapi jumlahnya tidak cukup untuk menjangkau semua target yang ingin dicapai.”⁵⁶

Adapun menurut Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* juga mengatakan hal yang yang sama yaitu:

“Kendalanya itu biasanya SDM karena biasa yang melaksanakan edukasi tidak terlalu banyak dan pesertanya banyak. Saat ini, memang kami menghadapi tantangan dalam hal kekurangan sumber daya manusia untuk kegiatan edukasi.”⁵⁷

Penjelasan karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, dapat disimpulkan bahwa kekurangan sumber daya manusia menjadi faktor internal kendala dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking*. Dengan menganalisis dan mengatasi masalah kekurangan sumber daya manusia, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo

⁵⁵ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

⁵⁶ Rahmawaty, *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 23 Januari 2025.

⁵⁷ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 24 Januari 2025.

perlu meningkatkan produktivitasnya, mempertahankan karyawan, dan melakukan pelatihan edukasi lebih kepada karyawan.

2) Kurangnya Kegiatan Edukasi Pemasaran Melalui Sosial Media

Kegiatan pemasaran merupakan hal penting untuk dilakukan setiap perusahaan karena beberapa alasan utama berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang dan meningkatkan citra produk. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Menurut Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive*, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang faktor internal kendala edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Kami telah melakukan beberapa kegiatan edukasi nasabah secara langsung di berbagai instansi, tetapi untuk kegiatan edukasi di sosial media jarang kami lakukan”⁵⁸.

Seperti halnya dari *General Bankir Staf Teller* Bapak Rahmat Hidayat Gazali mengatakan:

“Saya sebagai karyawan merasa bahwa kurangnya kegiatan edukasi melalui sosial media menjadi kendala utama bagi kami. Kami memiliki produk yang bagus, tetapi kami kesulitan untuk mempromosikannya kepada target pasar kami.”⁵⁹

Lebih lanjut Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager* juga menjelaskan terkait faktor internal kendala edukasi *mobile banking*:

“Jadi kantor kami masih dalam proses perencanaan mengembangkan strategi edukasi melalui media sosial dan berencana untuk membuat akun media sosial yang baru dan memposting konten yang menarik secara

⁵⁸ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁵⁹ Rahmat Hidayat Gazali, *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 06 Februari 2025.

teratur. Dan juga berencana untuk meningkatkan interaksi dengan nasabah melalui media sosial.”⁶⁰

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa selain kekurangan sumber daya manusia, kurangnya kegiatan sosialisasi melalui media sosial juga menjadi salah satu faktor internal kendala teknologi yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo. Dalam melakukan kegiatan edukasi, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo mengakui masih belum melakukan kegiatan edukasi menggunakan sosial media. Hal ini menjadi kendala dalam proses edukasi penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo. Bank Mandiri harus lebih rutin memanfaatkan teknologi yang ada, karena tingkat pemasaran di sosial media jauh lebih menarik dan hal ini akan menarik minat nasabah terhadap produk layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi Bank dalam memasarkan produk yang sangat beragam dan dapat berdampak signifikan terhadap strategi pemasaran mereka. Bank tidak hanya harus menanggapi kendala internal, tetapi juga harus dapat beradaptasi dengan faktor-faktor diluar kendali yang dapat mempengaruhi keberhasilan edukasi *mobile banking*.

Faktor eksternal seperti nasabah yang awam terhadap produk layanan *mobile banking*, kendala ini masih banyak nasabah yang masih belum terlalu paham dengan cara pemakaian aplikasi *mobile banking* dan manfaat atau

⁶⁰ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

kelebihan produk layanan *mobile banking* dan juga faktor persaingan yang ketat,

1) Kurangnya Pemahaman Nasabah

Kurangnya pemahaman nasabah dapat mempengaruhi berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja dan stabilitas Bank. Berdasarkan hasil wawancara Ibu Inda Purnamasari *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 24 Januari 2025 yang menjelaskan tentang faktor eksternal kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Kendala utama biasanya ada di pemahaman nasabah yang terbatas tentang bagaimana *mobile banking* bekerja. Banyak dari mereka yang merasa takut untuk beralih ke sistem pembayaran digital karena khawatir akan kesulitan pada saat mengoperasikannya. Mereka juga sering khawatir tentang keamanan transaksi dan biaya yang mungkin dikenakan.”⁶¹

Seperti halnya yang dikatakan Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* terkait faktor eksternal kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Dari pengalaman saya, saya melihat bahwa banyak nasabah yang masih belum memahami tentang *mobile banking*. Kami memberikan penjelasan secara langsung kepada nasabah pada saat edukasi. Namun, terkadang nasabah masih belum memahami, sehingga kami harus menjelaskan berulang kali.”⁶²

Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk layanan *mobile banking* dapat menciptakan ketidakpastian yang berpengaruh pada berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi Bank. Oleh karena itu, sangat penting

⁶¹ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 24 Januari 2025.

⁶² Rahmawaty, *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 23 Januari 2025.

bagi Bank untuk mengedukasi nasabah dan memastikan bahwa informasi tentang produk layanan *mobile banking* disampaikan dengan cara yang jelas dan mudah dipahami.

2) Gangguan Teknis

Gangguan teknis saat edukasi *mobile banking* merujuk pada hambatan yang muncul dalam proses komunikasi yang disebabkan oleh faktor-faktor teknis yang mencakup masalah seperti kegagalan perangkat, gangguan sinyal atau kesalahan dalam penggunaan media komunikasi yang menghambat penyampaian informasi secara lebih efektif pada saat edukasi.

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Wulan Sri Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang faktor eksternal kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Dalam proses edukasi kendala teknis juga paling sering muncul ketika edukasi seperti koneksi internet yang tidak stabil, handphone nasabah yang tidak *support* atau tidak bisa mengakses aplikasi layanan *mobile banking*, nomor handphone milik nasabah telah terdaftar SMS banking sebelumnya dan kartu identitas nasabah atau KTP tidak terbaca di sistem layanan *mobile banking* yang disebabkan karena KTP buram atau rusak serta data nasabah belum terupdate di dukcapil.”⁶³

Seperti halnya yang dikatakan Bapak Ansar selaku *Finansial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 terkait faktor eksternal kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

⁶³ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

“Biasanya nasabah sudah memiliki rekening lebih dari dua, terus KTP atau *id card* biasa tidak terbaca di sistem *mobile banking*.⁶⁴

Faktor eksternal yang mempengaruhi edukasi produk layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yaitu gangguan teknis seperti jaringan yang tidak stabil, handphone nasabah yang tidak support, kartu telepon, dan kartu identitas. Oleh karena itu, Bank harus menyediakan solusi yang tepat apabila kendala tersebut muncul pada saat kegiatan edukasi agar supaya edukasi berjalan lebih efektif.

3) Banyaknya Kompetitor

Banyaknya kompetitor dalam mengedukasikan produk layanan *mobile banking* menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi di sektor perbankan terutama dalam hal penyedia solusi transaksi digital. Beberapa Bank dan lembaga keuangan lainnya juga menawarkan produk layanan serupa dengan tujuan untuk mempermudah transaksi, serta memberikan kenyamanan bagi pengguna layanan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Rahmat Hidayat Gazali selaku *General Banker Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 03 Februari 2025 yang menjelaskan tentang faktor eksternal kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Ya, memang saat ini persaingan dalam sistem layanan perbankan digital terutama *mobile banking* sangat ketat. Banyak sekali kompetitor yang juga menawarkan produk yang serupa, baik itu Bank-Bank besar, Bank Syariah, Bank Konvensional lainnya.”⁶⁵

⁶⁴ Ansar, *Finansial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁶⁵ Rahmat Hidayat Gazali, *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 06 Februari 2025.

Dari wawancara dengan beberapa karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare di atas, peneliti dapat disimpulkan bahwa Faktor eksternal mempengaruhi edukasi produk layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare yaitu kurangnya pemahaman nasabah, kendala teknis, dan banyaknya kompetitor. Oleh karena itu, Bank harus menyesuaikan strategi yang efektif untuk digunakan dalam proses edukasi.

2. Strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi

Ketika membahas mengenai penggunaan *mobile banking*, peran Bank Mandiri sangat penting dalam meningkatkan adopsi layanan *mobile banking*. Nasabah sering kali mengeluhkan terkait layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, Bank Mandiri telah lama berfokus pada penyediaan layanan dan produk kepada masyarakat melalui *mobile banking*. Sebagian besar karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo menunjukkan strategi dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi. Strategi Bank merujuk pada rencana dan pendekatan yang dirumuskan oleh sebuah Bank untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi ini mencakup berbagai aspek operasional dan pemasaran, seperti pengembangan produk dalam layanan, inovasi, dan teknologi. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, strategi Bank harus adaptif dan responsive terhadap perkembangan teknologi yang terus berubah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri wulan Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada

tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang strategi yang diterapkan untuk membantu nasabah:

“Strategi yang kami lakukan untuk membantu nasabah dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi yaitu kami menggunakan program pelatihan dan edukasi sebagai strategi untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang *mobile banking*. Program ini dirancang untuk membantu nasabah memahami cara menggunakan *mobile banking* dengan aman dan efektif.”⁶⁶

Sedangkan menurut Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang strategi yang diterapkan untuk membantu nasabah:

“Kami bekerja sama dengan tim pelatihan internal untuk mengembangkan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kemudian, kami mengadakan workshop di cabang kami, di mana nasabah dapat mengikuti pelatihan secara langsung.”⁶⁷

Adapun menurut Bapak Rahmat Hidayat Gazali selaku *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 06 Februari 2025 yang juga menjelaskan tentang strategi yang diterapkan untuk membantu nasabah:

“Terkait strategi untuk membantu nasabah dalam mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking*, kami melakukan workshop. Kami melakukan workshop secara berkala untuk nasabah, di mana kami memberikan pelatihan dan edukasi tentang cara menggunakan *mobile banking*. Dengan kegiatan workshop kami berharap dapat membantu meningkatkan pengetahuan nasabah tentang *mobile banking* dan meningkatkan penggunaan *mobile banking* di kalangan nasabah.”⁶⁸

⁶⁶ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁶⁷ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁶⁸ Rahmat Hidayat Gazali, *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 06 Februari 2025.

Selanjutnya, Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 24 Januari 2025 yang juga menjelaskan tentang strategi-strategi dalam membantu nasabah dengan keterbatasan pengetahuan teknologi:

“Dengan meningkatkan keamanan dan privasi juga menjadi salah satu strategi kami untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan nasabah tentang *mobile banking*. Keamanan dan privasi hal sangat penting bagi nasabah, kami selalu mengingatkan kepada nasabah untuk menjaga keamanan dan privasi mereka dengan menggunakan *password* yang kuat, tidak membagikan informasi pribadi dengan orang lain, dan melakukan pembaruan aplikasi *mobile banking* secara teratur, dengan meningkatkan keamanan kami dapat meningkatkan juga kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking*.⁶⁹”

Lebih lanjut, Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025 yang menjelaskan tentang yang menjelaskan tentang strategi-strategi dalam membantu nasabah dengan keterbatasan pengetahuan teknologi:

“Strategi yang kami lakukan untuk membantu nasabah dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi yaitu melakukan pelatihan atau workshop, meningkatkan keamanan dan privasi nasabah. Selain itu, kami juga meningkatkan layanan pelanggan yang responsif. Di aplikasi *mobile banking* kami ada namanya layanan MITA yang menjawab pertanyaan nasabah yang terkait dengan sistem perbankan digital kami. Kalaupun nasabah membutuhkan manusia bukan mesin yang menjawab pasti dia akan diarahkan untuk mengunjungi cabang terdekat atau telpon ke 14000.”⁷⁰

Dari penjelasan beberapa karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo di atas dapat disimpulkan bahwa strategi Bank untuk membantu nasabah dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan *mobile banking* terdiri dari beberapa strategi yaitu melalui program pelatihan dan workshop. Program ini

⁶⁹ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 24 Januari 2025.

⁷⁰ Rahmawaty, *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 23 Januari 2025.

dapat meningkatkan adopsi *mobile banking* dan memperkuat hubungan antar Bank dan nasabah. Meningkatkan keamanan dan privasi nasabah juga menjadi strategi Bank dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi, dengan meningkatkan keamanan dan privasi nasabah Bank dapat meningkatkan kepercayaan penggunaan *mobile banking* dan meningkatkan penggunaan *mobile banking*. Selain itu, Strategi yang digunakan oleh Bank untuk membantu nasabah mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi adalah mengembangkan layanan pelanggan yang responsive. Dengan mengembangkan layanan pelanggan yang responsive, Bank dapat membantu nasabah mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dan meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Sejauhmana Strategi Tersebut Efektif dalam Meningkatkan Penggunaan layanan *Mobile Banking* di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

Strategi merupakan suatu rencana yang dirancang untuk mencapai satu atau lebih tujuan jangka panjang dalam kondisi yang tidak pasti. Strategi mencakup perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan langkah-langkah yang saling terkait untuk membentuk suatu kesatuan yang utuh. Strategi Bank merujuk pada rencana dan pendekatan yang dirumuskan oleh sebuah Bank untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi ini mencakup berbagai aspek operasional dan pemasaran, seperti pengembangan produk dan layanan, inovasi, dan teknologi. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo merupakan salah satu lembaga keuangan yang memberikan layanan *mobile banking*. Livin by Mandiri adalah aplikasi layanan *mobile banking* yang dapat digunakan oleh seluruh penggunanya yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Menurut hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 terkait tahapan strategi edukasi manfaat dan fitur *mobile banking*, yaitu:

“Perencanaan strategi yang kami lakukan sebelum terjun ke lapangan hal yang paling utama dilakukan menentukan visi dan misi edukasi *mobile banking* yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sistem layanan perbankan digital. Visi dari edukasi yang dilakukan untuk menciptakan masyarakat yang melek teknologi dan mampu memanfaatkan layanan *mobile banking* secara efektif. Dan misi utama itu memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang manfaat, fitur, dan keamanan *mobile banking* kepada nasabah dan calon nasabah.”⁷¹

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa tahap awal yang dilakukan salah satu Bank Mandiri di kota Parepare sebelum melaksanakan kegiatan edukasi penggunaan *mobile banking* ialah menentukan visi misi dan tujuan yang ingin dicapai. Di mana visi yang ingin dicapai dari edukasi menciptakan masyarakat yang melek teknologi dan mampu memanfaatkan layanan *mobile banking* secara efektif. Misi yang ingin dicapai menyampaikan informasi yang akurat dan jelas mengenai manfaat, fitur, privasi dan keamanan *mobile banking*.

Sedangkan Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025 yang juga menjelaskan mengenai tahap strategi edukasi manfaat dan fitur *mobile banking*.

“Mencari instansi-instansi seperti sekolah atau kampus dan kantor yang ingin di kunjungi misalnya kampus IAIN Parepare dan kita mengadakan

⁷¹ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

edukasi kita jelaskan terkait benefit manfaat dan fitur-fitur yang ada pada *mobile banking*.⁷²

Sama seperti halnya, Bapak Ansar selaku *Financial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 juga mengatakan:

“Melakukan kunjungan baik itu dinas atau kampus-kampus, *door to door* kalau untuk edukasi *mobile banking*.⁷³

Dari penjelasan narasumber di atas menentukan audiens sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kegiatan edukasi. Dengan memperhatikan karakteristik kebutuhan dan tingkat pengetahuan mereka tentang *mobile banking*.

Adapun hasil wawancara dengan Bapak Rahmat Hidayat Gazali selaku *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 06 Februari 2025 yang menjelaskan tentang tahapan sebelum melaksanakan kegiatan edukasi penggunaan *mobile banking*.

“Terdapat beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelum melakukan kegiatan edukasi di suatu instansi yaitu kami perlu menyiapkan materi yang jelas dan mudah dipahami pada saat kegiatan edukasi, serta menentukan metode edukasi yang paling efektif seperti tatap muka.”⁷⁴

Lebih lanjut, Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 mengatakan:

“Menentukan jadwal atau waktu edukasi, sebelum melakukan kegiatan edukasi di suatu instansi kita terlebih dahulu menghubungi pihak instansi untuk mendapatkan izin dan informasi mengenai waktu yang tepat untuk

⁷² Rahmawaty, *General Bankir Staf Coustumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 23 Januari 2025.

⁷³ Ansar, *Finansial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

⁷⁴ Rahmat Hidayat Gazali, *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 06 Februari 2025.

berkunjung agar jadwal edukasi yang ingin kami lakukan tidak bertabrakan dengan kegiatan instansi tersebut supaya peserta edukasi dapat meluangkan waktunya untuk mengikuti kegiatan edukasi yang kami lakukan.”⁷⁵

Beberapa jawaban hasil wawancara dengan karyawan Bank Mandiri terkait tahap strategi sebelum melakukan kegiatan edukasi fitur dan manfaat *mobile banking* di Bank Mandiri dapat disimpulkan bahwa tahapan strategi yang paling awal dilakukan yaitu ‘perencanaan strategi’ yang sesuai dengan teori Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, di mana proses untuk menentukan tujuan organisasi secara keseluruhan dan mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan yang baik akan memberikan arah yang jelas bagi seluruh organisasi. Adapun tahapan perencanaan strategi yang dilakukan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo meliputi menentukan visi misi dan tujuan, melakukan analisis target dan menyiapkan materi yang mudah dipahami dan menentukan hari dan tanggal serta metode sosialisasi yang efektif merupakan langkah yang harus diperhatikan untuk memastikan bahwa kegiatan edukasi berjalan lancar dan efektif. Dengan cara ini, kegiatan edukasi lebih terencana dan memberikan hasil yang maksimal.

Selain tahapan perencanaan strategi, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo juga mempunyai tahapan strategi selanjutnya. Adapun hasil wawancara dengan karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo terkait tahapan setelah perencanaan edukasi manfaat dan fitur dari *mobile banking*, sebagai berikut:

⁷⁵ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

Tahapan setelah perencanaan strategi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo menurut Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager*, yaitu:

“Bank kami melakukan kegiatan edukasi dalam perbulan itu bisa 1 sampai 2 kali di berbagai instansi yang dihadiri 35 sampai 60 peserta perinstansi dan targetnya itu biasanya seperti kampus-kampus, Sekolah Menengah Atas (SMA) dan kantor-kantor seperti kantor kelurahan dan kantor lainnya.”⁷⁶

Sama seperti halnya Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 mengatakan:

“Kegiatan edukasi sangat sering kami lakukan di beberapa instansi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah tentang *mobile banking* serta meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.”⁷⁷

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan edukasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo telah dilakukan secara rutin setiap bulannya untuk meningkatkan pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan Bank Mandiri. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa tahapan yang dilakukan karyawan Bank Mandiri setelah melakukan perencanaan strategi yaitu ‘implementasi strategi’ di mana proses mengubah rencana strategi menjadi tindakan nyata dengan melakukan kegiatan edukasi. Melalui kegiatan edukasi Bank Mandiri tidak hanya memperkenalkan layanan Bank, tetapi juga berperan aktif dalam mendukung literasi keuangan di kalangan masyarakat.

⁷⁶ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁷⁷ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo melakukan kegiatan edukasi tentang manfaat, fitur serta privasi dan keamanan yang bertujuan agar supaya nasabah dan calon nasabah dapat memanfaatkan dan menggunakan layanan *mobile banking*. Bentuk dari edukasinya yaitu mendatangi secara langsung nasabah atau calon nasabah melalui institusi tertentu atau perorangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ansar selaku *Financial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi *mobile banking*:

“Fiturnya ada menu transfer, pembayaran, pembelian voucher listrik dan lain-lain, ada menu pengajuan kredit seperti kredit KSM (Kredit Serbaguna Mandiri) dan KPR (Kredit Pemilikan Rumah).”⁷⁸

Sama halnya yang dikatakan Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi *mobile banking*:

“Banyak fiturnya dek, kita bisa melakukan tarik tunai dan setor tunai tanpa kartu, belanja online, melakukan pembelian token listrik, pembayaran PDAM, top up e-wallet, kita juga bisa membayar pajak kendaraan, bumi bangunan juga bisa dan juga mempunyai fitur hiburan yang namanya itu fitur sukha.”⁷⁹

Selanjutnya, hasil wawancara dengan Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yang menjelaskan tentang fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi *mobile banking* mengatakan:

⁷⁸ Ansar, *Finansial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

⁷⁹ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

“Jika dibandingkan dengan *mobile banking* lainnya dari segi fitur Bank kami yang memiliki fitur lengkap dan paling karena tampilannya menurut saya dan menurut beberapa pengguna lainnya. Dalam aplikasi *mobile banking* livin terdapat fitur tap to pay, kita bisa bayar apa saja, tinggal tap pakai handphone dan bebas pilih sumber dana kartu debit atau kartu kredit. Selain itu, di aplikasi livin juga terdapat fitur sukha, dimana sih kita bisa dapatkan aplikasi *mobile banking* kita bisa nonton di dalamnya berupa konten menarik, pembelian tiket transportasi, kuliner hingga pertunjukan dan konser skala nasional dan internasional. Di aplikasi livin juga terdapat fitur KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dan KSM (Kredit Serbaguna Mandiri) di mana kita bisa melakukan pengkreditan cukup dengan ajukan kredit secara *online* dalam satu aplikasi.”⁸⁰

Lebih lanjut, Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025 yang menjelaskan tentang fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi *mobile banking*:

“Fitur yang ditawarkan aplikasi livin yaitu transfer sesama bank dan antar bank lain, top-up, e-money, penarikan tunai dan setor tunai tanpa kartu, tap to pay, transfer valas, investasi, pembelian token listrik, pembayaran PDAM, pembelian tiket konser. Di aplikasi mobile banking kami juga tersedia fitur pembelian tiket tanpa perlu ke tempat pembelian tiket cukup lewat aplikasi livin by mandiri masuk ke menu sukha dan memilih jenis maskapai pesawat serta rute dan tanggal pemberangkatannya dan pembayarannya bisa langsung lewat aplikasi *mobile banking* livin by mandiri tanpa perlu ke ATM.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan Bank Mandiri di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo mempunyai fitur yang sangat lengkap jika di bandingkan dengan fitur *mobile banking* bank lainnya. *Mobile banking* menawarkan berbagai fitur yang dirancang untuk meningkatkan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi digital seperti melakukan

⁸⁰ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 24 Januari 2025.

⁸¹ Rahmawaty, *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 23 Januari 2025.

setor tunai dan tarik tunai tanpa kartu, tap to pay, investasi, transfer valas, melakukan pengajuan KSM dan KPR, pembelian tiket pesawat, tiket konser dan masih banyak lagi. Dengan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi *mobile banking* dapat memberikan manfaat kepada nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang manfaat *mobile banking*:

“Mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi setiap harinya dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke bank. Kita bisa mengirim uang, membayar tagihan atau melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik. Dan di aplikasi *mobile banking* kita bisa dengan mudah melihat riwayat transaksi keuangan baik uang yang masuk dan uang yang keluar.”⁸²

Adapun Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025 yang juga menjelaskan tentang manfaat *mobile banking*:

“Banyak sekali kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*, ketika kita ingin melakukan pembayaran biasanya seseorang harus ke ATM atau mengunjungi kantor cabang terdekat. Tetapi dengan adanya aplikasi *mobile banking* lebih efisien karena cukup dengan menggunakan handphone nasabah sudah bisa melakukan transaksi kapan dan dimanapun selama kita mempunyai jaringan internet.”⁸³

Selanjutnya, Bapak Rahmat Hidayat Gazali selaku *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 06 Februari 2025 yang menjelaskan tentang manfaat *mobile banking*:

⁸² Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁸³ Rahmawaty, *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 23 Januari 2025.

“Manfaat dari aplikasi *mobile banking* itu kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Dengan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu ke kantor.”⁸⁴

Sama halnya yang dikatakan Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo mengatakan:

“*Mobile banking* dapat meningkatkan efisiensi waktu nasabah dengan memungkinkan mereka melakukan transaksi secara online, sehingga tidak perlu menghabiskan waktu untuk pergi ke kantor dan mengantri lama.”⁸⁵

Dari beberapa hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa manfaat *mobile banking* sangat memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Kemudahan transaksi adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan mudah dan bebas dari kesulitan dalam melakukan sesuatu, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa membuang banyak waktu untuk mengantri di kantor cabang. Karyawan Bank Mandiri terus mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* agar mendapatkan manfaat yang bisa mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025, yang menjelaskan tentang strategi Bank untuk mendorong nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*:

“Saat mengadakan edukasi kita jelaskan terkait benefit dan fitur-fitur apa yang bisa membantu nasabah bahwa ini aplikasi bisa betul-betul berguna. Berusaha menjelaskan kepada nasabah bagaimana nasabah bisa tertarik misal kita pergi ke kelurahan supaya di sana ada beberapa warga yang buka sekitar 30 orang karena kita membagikan sembako dengan syarat nasabah melakukan penyetoran senilai Rp. 25.000,00 dan melakukan

⁸⁴ Rahmat Hidayat Gazali, *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 06 Februari 2025.

⁸⁵ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 24 Januari 2025.

transaksi senilai Rp. 1 sudah dapat sembako. Itu merupakan strategi yang digunakan supaya orang berminat dan tertarik untuk menggunakan aplikasi livin by mandiri.”⁸⁶

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025 yang menjelaskan strategi Bank untuk mendorong nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*:

“Bank kami menerapkan strategi inovatif dengan memberikan sembako sebagai intensif. Strategi ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, terutama di daerah pedesaan di mana akses layanan perbankan masih terbatas.”⁸⁷

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo dengan cara memberikan intensif berupa pemberian sembako juga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif. Dalam dunia yang semakin kompetitif, inovasi dalam cara Bank menarik nasabah sangat diperlukan. Dengan pemberian sembako, bank dapat menarik perhatian lebih banyak orang, terutama mereka yang mungkin ragu untuk melakukan pembukaan rekening.

Selain menyebutkan strategi Bank dalam mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo juga menjelaskan terkait efektifitas strategi untuk mengetahui seberapa baik suatu strategi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal

⁸⁶ Rahmawaty, *General Bankir Staf Customer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 23 Januari 2025.

⁸⁷ Sri Wulan Dayasari, *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, wawancara di Parepare, 30 Januari 2025.

30 Januari 2025 yang menjelaskan tentang efektivitas dari strategi yang dilakukan dalam edukasi penggunaan *mobile banking*:

“Strategi yang kami lakukan dalam kegiatan edukasi berhasil menarik minat nasabah untuk mengadopsi layanan *mobile banking* karena setiap kegiatan edukasi yang kami lakukan, Bank kami mendapatkan tambahan nasabah 45 sampai 55 pembukaan rekening baru per bulannya.”⁸⁸

Selain itu, Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025 yang menjelaskan tentang jumlah nasabah:

“Jumlah yang diketahui pada pengguna livin pada Bank Mandiri mengalami peningkatan setiap tahunnya adapun total jumlah nasabah 3.086.”⁸⁹

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo mengalami peningkatan nasabah yang sangat signifikan, dari mulai awal beroperasi sampai saat itu juga tidak lain karena adanya strategi edukasi yang dilakukan memberikan dampak baik bagi peningkatan jumlah nasabah/*mobile banking*. Proses strategi yang telah dilaksanakan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo terlaksana dan mendapatkan hasil.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kendala Teknologi yang Dihadapi dalam Proses Edukasi Penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

Kendala Bank Mandiri Parepare merujuk pada berbagai halangan atau rintangan yang dihadapi oleh perbankan dalam menjalankan operasionalnya.

⁸⁸ Muhammad Attas, *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 30 Januari 2025.

⁸⁹ Inda Purnamasari, *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo, *wawancara* di Parepare, 24 Januari 2025.

Kendala ini dapat berasal dari berbagai faktor internal dan eksternal, yang dapat mempengaruhi efisiensi dan efektivitas layanan yang diberikan oleh Bank. edukasi *mobile banking* menjadi salah satu kegiatan terpenting di Bank Mandiri Parepare karena merupakan proses penyebaran informasi kepada nasabah mengenai penggunaan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking*.

Tujuan dari edukasi ini untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang fitur, manfaat, dan cara menggunakan *mobile banking*, sehingga mereka dapat memanfaatkan layanan secara optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis kendala yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua kategori utama kendala teridentifikasi, yaitu faktor internal dan eksternal. Pemahaman terhadap kedua faktor ini sangat penting untuk merancang strategi edukasi yang lebih efektif.

a. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi edukasi produk layanan *mobile banking* meliputi keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dari pihak perbankan dan kurangnya kegiatan edukasi yang memanfaatkan teknologi modern khususnya media sosial.

1) Keterbatasan Sumber Daya Manusia yang Terbatas dari Pihak Perbankan

Sumber daya manusia yang terbatas dalam tim *funding* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo menjadi kendala utama. Saat ini, tim yang bertanggung jawab untuk edukasi produk layanan *mobile banking* terdiri dari tiga orang yang memiliki tanggung jawab yang cukup besar dalam mengedukasikan produk layanan *mobile banking* PT. Bank

Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo secara keseluruhan. Tim yang ada sudah cukup untuk kegiatan operasional, tetapi perlu penambahan jumlah tenaga kegiatan edukasi untuk mengoptimalkan upaya promosi produk layanan *mobile banking*. Sebagai dampaknya, mereka belum bisa memfokuskan upaya edukasi pemasaran secara intensif pada produk layanan *mobile banking*.

Kekurangan sumber daya manusia ini mempengaruhi kemampuan Bank untuk melakukan edukasi yang lebih agresif dan menjangkau lebih banyak nasabah. Dengan penambahan tenaga pemasaran yang lebih terlatih, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo dapat mempercepat proses edukasi produk layanan *mobile banking*, yang akan meningkatkan penetrasi pasar. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo perlu merancang program pelatihan edukasi bagi sumber daya manusia yang ada, serta mempertimbangkan penambahan pemasaran yang lebih berfokus pada layanan *mobile banking*.

2) Kurangnya Kegiatan Edukasi Pemasaran Melalui Sosial Media

Selain masalah sumber daya manusia, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo juga mengakui bahwa kegiatan edukasi mereka masih belum memanfaatkan media sosial dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif di media sosial. Namun, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo masih jarang melakukan kegiatan edukasi menggunakan platform-platform seperti Instagram, Facebook, Tiktok.

kegiatan pemasaran yang dilakukan ini lebih berfokus pada kegiatan edukasi pemasaran langsung kepada nasabah.

Minimnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan edukasi dapat berdampak negatif terhadap penerimaan teknologi. Edukasi yang efektif melalui platform media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman pengguna tentang manfaat dan kemudahan penggunaan *mobile banking*. Tanpa edukasi yang memadai, pengguna mungkin tidak dapat mendapatkan informasi yang cukup mengenai fitur-fitur yang ditawarkan, sehingga mengurangi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo perlu meningkatkan kegiatan edukasi secara digital dan memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efisien untuk memperkenalkan produk layanan *mobile banking*, secara luas dan menarik nasabah yang lebih banyak.

b. Faktor Eksternal

Selain kendala internal, faktor eksternal juga mempengaruhi kendala yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yang meliputi kurangnya pemahaman nasabah tentang *mobile banking*, kendala teknis, dan persaingan yang ketat.

1) Kurangnya Pemahaman Nasabah

Nasabah masih belum sepenuhnya memahami bagaimana cara menggunakan aplikasi layanan *mobile banking* dan manfaat yang ditawarkan. Banyak nasabah yang merasa khawatir dan takut untuk beralih ke sistem transaksi digital karena takut kesulitan dalam penggunaan dan

khawatir mengenai privasi dan keamanan transaksi. Hal ini menjadi penghambat dalam penggunaan layanan *mobile banking* oleh nasabah.

Apabila nasabah tidak memahami bagaimana produk layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat kepada mereka, maka mereka cenderung tidak akan menganggap produk tersebut berguna, sehingga mengurangi keinginan untuk menggunakan layanan tersebut. Kurangnya pemahaman nasabah dapat menjadi penghalang signifikan dalam penerimaan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi Bank untuk meningkatkan edukasi dan komunikasi kepada nasabah agar mereka dapat memahami kepada nasabah agar mereka dapat memahami manfaat dan cara penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, penerapan TAM dapat membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan.

2) Kendala Teknis

Kendala teknis yang sering muncul ketika proses edukasi penggunaan *mobile banking* yaitu koneksi internet yang tidak stabil. Ketika nasabah tidak memiliki akses internet yang memadai, mereka akan kesulitan untuk mengakses informasi yang diperlukan, mengunduh aplikasi atau melakukan transaksi. Selain masalah koneksi, handphone milik nasabah yang tidak mendukung aplikasi *mobile banking* juga menjadi tantangan signifikan. Banyak nasabah menggunakan perangkat yang lebih tua atau tidak kompatibel dengan teknologi terbaru yang diperlukan untuk menjalankan aplikasi *mobile banking*. Hal ini dapat menghambat penggunaan *mobile banking*.

Selain itu, kartu identitas nasabah yang tidak terbaca di sistem dapat menghambat proses verifikasi identitas, yang merupakan langkah penting dalam memastikan keamanan transaksi. Penyedia layanan perlu meningkatkan sistem verifikasi dan memberikan panduan yang lebih jelas kepada nasabah untuk mengatasi masalah ini, sehingga mereka dapat merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan produk layanan *mobile banking*.

3) Banyaknya Kompetitor

Persaingan dalam layanan transaksi digital sangat ketat bahkan banyak Bank besar, lembaga keuangan non Bank, Bank Syariah dan Bank Konvensional lain juga menawarkan layanan transaksi digital atau *mobile banking* yang serupa. Kompetisi yang ketat juga menunjukkan bahwa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo harus mencari diferensiasi untuk produk *mobile banking* mereka. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah dengan memperkenalkan keunggulan layanan *mobile banking*, yang bisa menjadi nilai tambah yang tidak ditawarkan oleh banyak kompetitor lainnya. Selain itu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo juga perlu menyesuaikan strategi edukasi dengan kondisi pasar lokal misalnya dengan bekerja sama dengan instansi atau komunitas yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo melibatkan dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti keterbatasan sumber

daya manusia dari pihak perbankan dan kurangnya pemanfaatan media sosial dalam edukasi penggunaan *mobile banking* menjadi tantangan besar. Di sisi lain, faktor eksternal seperti kurangnya pemahaman nasabah, kendala teknis dan tingkat persaingan yang tinggi juga dapat memperlambat penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian memiliki keterkaitan kuat dengan beberapa penelitian terdahulu mengenai kendala yang dihadapi dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Hamdiah dan Likdanawati yang menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan internet *mobile banking* adalah kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang fasilitas internet *mobile banking* sehingga masih banyak nasabah yang belum memahami penggunaan teknologi. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana Bank menghadapi kendala dalam edukasi *mobile banking*, adapun kendalanya yaitu kurangnya pemahaman nasabah terkait layanan *mobile banking*.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erwina Kartika Devi yang mana hasil penelitiannya adalah kendala yang dihadapi dalam memasarkan layanan *mobile banking* terletak pada promosi yang disebabkan oleh minimnya pemahaman nasabah terkait teknologi *mobile banking*.

2. Strategi yang Diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi

Strategi merupakan rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas-aktivitas untuk menanggapi lingkungan dan mencapai sasaran atau tujuan.⁹⁰ Adapun strategi dalam suatu organisasi merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan mengatasi segala kesulitan dengan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan yang dimilikinya.

Mobile banking telah menjadi satu layanan perbankan yang paling populer. Namun, masih banyak nasabah yang mengalami keterbatasan dalam penggunaan *mobile banking*. Adapun strategi yang digunakan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, salah satu yang dapat digunakan oleh Bank dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan nasabah tentang *mobile banking*, Bank melakukan program pelatihan/edukasi dan workshop tentang *mobile banking*.

Mengembangkan program pelatihan/edukasi nasabah, Bank juga perlu mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi nasabah, serta menyediakan materi pendidikan yang mudah dipahami oleh nasabah. Program ini dirancang untuk membantu nasabah memahami cara menggunakan *mobile banking* dengan aman dan efektif. Dengan menunjukkan bagaimana layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat yang nyata, seperti kemudahan, penghematan waktu dan transaksi yang lebih cepat. Memberikan pelatihan yang memadai, nasabah juga akan merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakan teknologi *mobile banking*, sehingga memperkecil rasa takut atau kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan penerapan program workshop dan edukasi, Bank tidak

⁹⁰ Richard. L. Dafit, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2002). Hal. 34.

hanya membantu nasabah mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi, tetapi juga mendorong nasabah untuk lebih menerima dan menggunakan layanan digital. Ini sejalan dengan prinsip dasar TAM, di mana peningkatan dalam *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara signifikan mempengaruhi penerimaan teknologi.

Strategi lain yang digunakan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo yaitu dengan meningkatkan keamanan dan privasi *mobile banking*. Bank dapat melakukan ini dengan mengimplementasikan teknologi keamanan yang canggih. Dengan mengimplementasikan fitur keamanan canggih seperti autentikasi dua faktor, enkripsi data, Bank dapat menunjukkan bahwa layanan digital mereka tidak hanya bermanfaat, tetapi juga aman. Ketika nasabah merasa bahwa teknologi yang mereka gunakan melindungi aset dan data pribadi mereka, mereka akan lebih cenderung melihat teknologi tersebut bermanfaat. Dengan memfokuskan pada peningkatan privasi dan keamanan, Bank tidak hanya memenuhi kewajiban mereka untuk melindungi nasabah, tetapi juga mengoptimalkan penerimaan teknologi berdasarkan prinsip-prinsip TAM. Peningkatan dalam *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* akan berkontribusi pada peningkatan penggunaan *mobile banking* yang lebih luas, memungkinkan nasabah untuk merasa aman dan percaya diri dalam bertransaksi online.

Selain itu, Bank juga dapat meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk membantu nasabah dalam mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking*. Dengan menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan mudah diakses. Sebagaimana yang dijelaskan narasumber bahwa dalam aplikasi livin

menawarkan layanan MITA yang dirancang khusus untuk menjawab pertanyaan nasabah yang terkait sistem perbankan. Layanan MITA ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus menunggu lama. Namun, jika nasabah merasa pertanyaan mereka memerlukan penjelasan lebih mendalam atau interaksi manusia, mereka akan diarahkan untuk mengunjungi cabang terdekat atau menghubungi nomor telepon 14000.

Pemaparan di atas relevan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Heny Purnama Sari yang menyatakan bahwa strategi optimalisasi *mobile banking* pihak PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Panyabungan yaitu dengan pelatihan/mengedukasi nasabah dalam program workshop, dan menjelaskan kepada nasabah terkait bagaimana langkah-langkah penggunaan *mobile banking* di Bank SUMUT. Dan juga menjelaskan apa saja kelebihan dan juga kelemahan dari penggunaan *mobile banking* serta membimbing nasabah dalam keamanan dan privasi nasabah.

3. Sejauhmana Strategi Tersebut Efektif dalam Meningkatkan Penggunaan layanan *Mobile Banking* di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

Strategi merupakan langkah-langkah atau cara-cara yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan yang ditetapkan⁹¹. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan berbeda. Strategi dari segi tujuan, di mana tidak hanya membuat suatu rencana dari sesuatu yang dilaksanakan. Akan tetapi, strategi lebih menekankan pada aspek penerapan.

⁹¹ I Nyoman Budiono, S.P., M.M. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, ed. by Asriadi Arifin, S.E. M.E. (IAIN Parepare Nusantara Press, 2022). Hal. 35.

Edukasi adalah suatu usaha untuk memberikan informasi tentang suatu kabar atau berita. Promosi terjadi karena ada juga yang harus disampaikan, terjadinya edukasi membuat tersebarnya suatu informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat banyak dan terjadinya informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat banyak dan terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara Bank dengan nasabah atau calon nasabah. Edukasi adalah proses mengkomunikasikan program-program perusahaan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan pengenalan dalam lingkungan tertentu.⁹²

Kegiatan edukasi dalam dunia perbankan pastinya memiliki tujuan tersendiri mengapa suatu perusahaan mengadakan edukasi. Bagi suatu perusahaan edukasi dianggap sangat penting karena dapat meningkatkan penggunaan *mobile banking*. Tujuan dari suatu kegiatan edukasi yaitu memberitahukan kepada khalayak ramai terkait keberadaan produk, manfaat, dan keunggulan. Tujuan lain yang diharapkan dari kegiatan sosialisasi yaitu nasabah dan calon nasabah dapat mengetahui produk tersebut dan sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Adapun bentuk strategi di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Parepare Patombo yang sejalan dengan teori Stephen P. Robbins dan Mary Coulter ada tiga tahap strategi yaitu sebagai berikut:

Perencanaan (*Planning*) adalah fungsi dasar (*Fundamental*) manajemen, karena *organizing*, *staffing*, dan *controlling* pun harus terlebih dahulu direncanakan. Strategi pada dasarnya adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dan dalam jangka

⁹² Widjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rieneka Cipta Cipta, 2008). Hal. 31.

waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Stephen P. Robbins mengatakan perencanaan strategi dalam suatu bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang diterapkan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menetapkan kelemahan dan kekuatan dengan pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Perencanaan yang baik memberikan arah yang jelas bagi seluruh organisasi.

Perencanaan strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Parepare Patombo sebelum melakukan kegiatan edukasi penggunaan *mobile banking* ialah menentukan visi misi serta tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dari edukasi *mobile banking* untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sistem layanan perbankan digital. Visi yang dicapai untuk menciptakan masyarakat yang melek teknologi dan memanfaatkan layanan *mobile banking* secara efektif. Adapun misi utamanya untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai manfaat, fitur, dan keamanan *mobile banking* kepada nasabah dan calon nasabah.

Selain penentuan visi misi yang dilakukan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Parepare Patombo tahap selanjutnya yaitu analisis target. Analisis target adalah langkah yang krusial dalam pengembangan strategi edukasi. Sebagaimana yang dijelaskan narasumber saat wawancara bahwa yang menjadi target edukasi merupakan instansi-instansi seperti kampus, sekolah, kantor. Dengan memahami target dan apa yang mereka butuhkan, perusahaan dapat

meningkatkan peluang keberhasilan dalam kegiatan sosialisasi pemasaran produk layanan *mobile banking*.

Menurut Kasmir, targetting merupakan mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.⁹³

Persiapan edukasi merupakan tahap awal yang sangat penting sebelum melaksanakan kegiatan edukasi pemasaran produk layanan *mobile banking*. Terdapat beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelum melakukan kegiatan edukasi seperti menyiapkan materi yang jelas dan mudah dipahami pada saat kegiatan edukasi, menentukan metode edukasi yang paling efektif, dan menentukan jadwal atau waktu. Dengan menerapkan semua tahapan tersebut, kegiatan edukasi lebih terencana dan memberikan hasil yang memuaskan.

Adapun tahap selanjutnya setelah perencanaan strategi yaitu implementasi strategi merupakan rangkaian aktivitas dan pekerjaan yang dibutuhkan untuk mengeksekusi strategi. Artinya apa yang kita rumuskan pada strategi dan kebijakan yang kita terapkan dalam berbagai program kerja, anggaran, dan prosedur. Rumusan strategi yang baik tidak ada artinya bila diterapkan dalam implementasi. Begitu pula dengan implementasi tidak ada kontribusi dengan baik pada perusahaan, jika strateginya tidak baik.⁹⁴

Stephen P. Robbins da Mary Coulter mengatakan Implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan,

⁹³ Hadis Ekonomi, 'Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi', Edisi 1 Cetakan ke-1, (Jakarta: Prenadamedia, 2015). Hal. 280.

⁹⁴ Taufik Amir, *Manajemen Strategi Konsep Dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011). Hal. 192.

memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir para manajemen dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusia kearah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.⁹⁵

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo memperkenalkan produk layanan *mobile banking* dalam kegiatan edukasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Bank, Bank telah melakukan kegiatan edukasi sebanyak 1 sampai 2 kali dalam sebulan di berbagai instansi, jumlah peserta yang dihadiri sekitar 35 sampai 60 peserta perinstansi. Kegiatan edukasi yang dilakukan mengenai manfaat, fitur serta privasi dan keamanan yang bertujuan agar supaya nasabah dan calon nasabah dapat memanfaatkan dan menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christie Angela Martha Sahetapy yang menyatakan bahwa strategi yang dilakukan Bank BNI KCP Timika Papua dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* yaitu melalui promosi penjualan, personal *selling*/edukasilangsung kepada nasabah.

Aplikasi *mobile banking* pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo memiliki fitur yang sangat lengkap jika dibandingkan dengan Bank lainnya. Dalam aplikasi *mobile banking* livin terdapat fitur

⁹⁵ Stephen Robbins and Mary Coulterm, ‘*Manajemen Tenth Edition*’, (Terjemahan Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, 2015). Hal. 219.

transfer sesama Bank dan antar bank lain, *top-up*, *e-money*, penarikan tunai dan setor tunai tanpa kartu, *tap to pay*, transfer valas, investasi, pembelian token listrik, pembayaran PDAM, fitur sukha yang didalamnya terdapat konten menarik, pembelian tiket transportasi, kuliner hingga pertunjukan dan konser skala nasional dan internasional. Di aplikasi livin juga terdapat fitur KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dan KSM (Kredit Serbaguna Mandiri) di mana kita bisa melakukan pengkreditan cukup dengan ajukan kredit secara *online* dalam satu aplikasi.

Penggunaan aplikasi *Mobile banking* sangat memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Kemudahan transaksi adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan mudah dan bebas dari kesulitan dalam melakukan sesuatu, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa membuang banyak waktu untuk mengantri di kantor cabang. Hal ini sejalan dan relevan dengan teori TAM dimana teori ini menyatakan bahwa semakin pengguna merasa bahwa layanan *mobile banking* itu berguna dan mudah digunakan, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan layanan *mobile banking*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak Bank yang berusaha menarik nasabah dengan menawarkan berbagai intensif. Salah satu intensif menarik adalah memberikan sembako, yang tidak hanya bermanfaat bagi nasabah tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi Bank itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara bahwa strategi Bank dalam mendorong nasabah untuk menggunakan aplikasi layanan *mobile banking* adalah dengan

memberikan sembako kepada nasabah baru dengan syarat melakukan penyetoran senilai rp. 25.000,00 dan melakukan transaksi senilai Rp. 1 sudah dapat sembako. Pemberian sembako kepada nasabah yang melakukan pembukaan rekening merupakan salah satu strategi inovatif yang diterapkan oleh Bank untuk meningkatkan penggunaan *mobile banking*.

Tahap terakhir dalam strategi edukasi *mobile banking* adalah evaluasi strategi. Stephen P. Robbins dan Mary Coulter mengatakan evaluasi strategi adalah proses sistematis yang bertujuan untuk menilai efektivitas dan efisiensi dari strategi yang telah diterapkan dalam suatu organisasi. Proses ini melibatkan analisis terhadap sejauh mana strategi tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi strategi sangat penting untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil relevan dan membawa manfaat bagi organisasi. Berdasarkan hasil wawancara bahwa setiap bulannya nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo bertambah sebanyak kurang lebih 55 pembukaan rekening baru.

Menarik minat nasabah dalam dunia perbankan adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan. Berbagai strategi yang digunakan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo telah terlaksana dengan tepat dan meningkatkan penggunaan *mobile banking*.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang membahas mengenai “Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*” maka peneliti dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Kendala teknologi yang dihadapi nasabah dalam proses edukasi penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, meliputi keterbatasan sumber daya manusia dari pihak perbankan dan kurangnya edukasi pemasaran melalui media sosial. Adapun faktor eksternal, meliputi kurangnya pemahaman nasabah mengenai aplikasi layanan *mobile banking*, kendala teknis yang berupa jaringan nasabah yang tidak stabil, handphone milik nasabah yang tidak *support*, nomor handphone nasabah yang tidak bisa menerima kode OTP dan kartu identitas nasabah yang tidak terbaca baik karena rusak atau buram, dan yang kendala yang terakhir yaitu banyaknya kompetitor.
2. Strategi yang diterapkan PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo untuk mengatasi keterbatasan penggunaan *mobile banking* yaitu dengan mengadakan program pelatihan atau workshop yang dapat dihadiri langsung oleh nasabah dan calon nasabah, meningkatkan keamanan dan privasi *mobile banking*, dan meningkatkan layanan pelanggan yang responsif.
3. Sejauhmana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo yaitu terdiri dari perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi yang berhasil menarik minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking* dengan mendapat kurang lebih 55 pembukaan rekening baru per bulannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari beberapa kasus tentang strategi Bank dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank, diharapkan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan memperhatikan kuantitas SDM (Sumber Daya Manusia) dalam edukasi produk layanan *mobile banking* terutama pada nasabah yang kurang memahami penggunaan teknologi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melibatkan unsur nasabah dalam proses wawancara serta melakukan penelitian lebih mendalam terkait dampak penggunaan *mobile banking* terhadap jumlah nasabah pada Bank Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim.
- Agama, Kementerian, 'Al-Qur'an Kemenag', *Indonesia*, 2022, p. 29.
- Ahmad Suryadi, S.Pd., *Teknologi Dan Media Pembelajaran Jilid 1* (Cv Jejak, Anggota IKAPI, 2020).
- Ahmad Syarif Iskandar, Tadjuddin, 'Mobile Banking System', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8.No.2 (2020).
- Ahmad Tanzeah, 'Metodologi Penelitian Praktis', *Yogyakarta: Teras*, 2011, p. 92.
- Al-Naisaburi, Muslim bin al-Hajjaj, *Sahih Muslim* (Bairut: Dar al-Jil, n.d.).
- Amir, Dian Andriani Binti A.Y.H., 'Pengaruh Ilmu Pengetahuan Perbankan Terhadap Minat Bekerja Di Bank (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iainin Parepare)', *IAIN PAREPARE*, 2021, p. 9.
- Amir, Taufik, *Manajemen Strategi Konsep Dan Aplikasi*, 2011.
- Ansar, 'Finansial Advisor PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', p. Parepare, 30 Januari 2025.
- Anto, Muhammad Irfan, 'Analisis Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI KC Parepare', *IAIN PAREPARE*, 2022, p. 14.
- Antonov, Muhamad Putera Ismail, Filani Zikri Hassan, and Neni Nurisnaini, 'Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2.2 (2022), pp. 189–98, doi:10.37641/jikes.v2i2.1458.
- Arwin, S.E, M.Si Sutrisno, SPd., M.Pd, *Manajemen Kesehatan Bank*, ed. by M.M Besse Faradiba (Cendikia Publisher, 2022).
- Arwin, Ulandari, Dewianti, and Muzdalifah Muhammadun, 'EXPLORATION OF EMPLOYEE KNOWLEDGE ABOUT FINANCING PRODUCTS : A STUDY AT BANK MUAMALAT KC', 10 (2025), pp. 483–506.
- Arwin, 'Pengaruh CAR, BOPO, FDR Dan NPF Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank Muamalat Di Indonesia', *Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3 (2021), p. 76.
- Attas, Muhammad, 'Sale Generalist Productive PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', p. Parepare, 30 Januari 2025.
- Bakhtiar, Amsal, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

- Basrowi dan Suwandi, 'Memahami Penelitian Kualitatif', *Jakarta: PT Rineka Cipta*, 2008, p. 158.
- Budiono, I Nyoman. S.P., M.M., *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, ed. by M.E. Asriadi Arifin, S.E. (IAIN Parepare Nusantara Press, 2022).
- Coulter, Stephen P. Robbins and Mary, *Management Tenth Edition*, ed. by Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera (Manajemen, 2010).
- Coulterm, Stephen Robbins abd Mary, 'Manajemen Tenth Edition', *Terj. Bob Sabran Dan Devri Barnadi Putera*.
- Dafit, Richard. L., 'Manajemen', Jakarta: Erlangga, 2002, p. 34.
- Dayasari, Sri Wulan, 'Branch Manager PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', Parepare, 30 Januari 2025.
- Devi, Erwina Kartika, Bahrul Ma'ani, and Husin Abdul Wahab, 'Strategi Pemasaran Layanan Jasa Mobile Banking Bank 9 Jambi Syariah Kantor Cabang Muara Sabak', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.2 (2023), p. 2187, doi:10.29040/jiei.v9i2.8957.
- Ekonomi, Hadis, 'Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi', Edisi 1 Ce (2015).
- Ernie Tisnawati Sule, Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Perdana Media Group, 2005).
- Fattah, Nanang, *Manajemen Strategi Berbasis Nilai* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2016).
- Ferozi Ramdana Irsyad, Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, and Hasyim Hasyim, 'Menghadapi Era Baru : Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia', *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3.2 (2024), pp. 29–46, doi:10.56444/transformasi.v3i2.1594.
- Gazali, Rahmat Hidayat, 'General Bankir Staf Teller PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', Parepare, 06 Ferbruari 2025.
- Hamdiah, and Likdanawati, 'Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Di Lhokseumawe)', *Jurnal Visioner & Strategis*, 10.1 (2021), pp. 1–8.
- Hasibuan, Malayu, *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*.
- Imron, Rosidi, *Karya Tulis Ilmiah* (Surabaya: PT. Alfina Primatama, 2011).
- Inda Purnamasari, 'General Bankir Supervisor PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', Parepare, 24 Januari 2025.

- Info, Ragam, ‘7 Manfaat Teknologi Digital Dalam Kehidupan Sehari-Hari’, 2023 <<https://kumparan.com/ragam-info/7-manfaat-teknologi-digital-dalam-kehidupan-sehari-hari-20psgJZVcBo/full>>.
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011).
- Istiana, Y. Maryono dan B. Patmi, *Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Yudistira, 2008).
- Kadarman, A.M., ‘Pengantar Ilmu Manajemen’ (Jakarta: Prenhallindo, 2001).
- Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2009).
- Kuncoro, Mudrajad, *Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2006).
- Lubis, Akhyar Yusuf, *Pengantar Filsafat Pengetahuan* (Depok: Penerbit Koekoesan, 2011).
- Maryam, ‘Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bank Muamalat Cabang Parepare’, *IAIN PAREPARE*, 2023.
- Mubarak, *Promosi Kesehatan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).
- Muhammad Attas ,Sales Generalist Productive PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo.
- Muhammad Fajar Anugrah, Syafri Hamzah, ‘Analisis Pemanfaatan Sistem Informasi Akademik Pada Institut Teknologi Dan Bisnis Palcomtech Menggunakan Metode TAM Dan EUCS’, *Skripsi*, 2023.
- Muhammad Kamal Zubair, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Press, 2020).
- Nasmila, ‘Strategi Coustomer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Muamalat Tbk. KCP Parepare’, *IAIN PAREPARE*, 2021, p. 15.
- Notoadmodjo, *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip-Prinsip Dasar* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003).
- Nugrahani, Farida, ‘Metodologi Penelitian Kualitatif’, *Solo: Cakra Books*, 2011, p. 13.
- Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- St. Nurhayati, Jumrah Tahir, Rusnaena, Abd. Hamid, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafe Nuara Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah’, *Jurnal of Management*, 2022.

Pawestri, Intan Dwi, 'Analisis SWOT Pemasaran Produk QRIS Ultimate Automated Transaction (QUAT) Pada BPD DIY Cabang Pembantu Syariah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2021.

Pemekasan, Polsek, 'Pengaruh Pengetahuan, Pengalaman Kerja, Kompetensi SDM Dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja Personel Polsek Pemekasan', *MAP (Jurnal Manajemen Dan Administrasi Publik)*, 3 (2020).

Prof. Dr. Hannani, M. Ag., Dr. H. Saefuddin, M. Pd., Dr. Fikri, M. H.I., Andi Nurindah Sari, MPd., Dr. Herdah, M.Pd., Dr. Andi Bahri S, M. E., M Fil. I., Dr, Aris, M H.I., Dr. Iskandar, M. Sos. I., Bahtiar, MA., Muhammad Majdy Amiruddin, M. MA., Sari Hida, M. Med.Kom, 'Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare', 0, 2023, pp. 39–40.

Putri, Ayunia, and Doni Marlius, 'Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Padang', *Jurnal OSF*, 2022, pp. 1–12 <www.btn.co.id>.

Rahmawaty, 'General Bankir Staf Customer Service PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patompo', Parepare, 23 Januari 2025.

Rusman, Dkk, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

Sahetapy, C A M, I Made Widiantara, and I Gede Iwan Suryadi, 'Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Mobile Banking Pada Pt. Bank Bni (Persero) Tbk. Kcp Timika, Papua', *Repository Politeknik Negeri Bali*, 2022, pp. 1–9.

Sari, H P, *Strategi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Panyabungan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Mobile Banking*, 2021 <<http://etd.iain-padangsidiimpuan.ac.id/id/eprint/7078>>.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Alfabeta: Bandung, 2014).

Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)', *Bandung: Alfabeta*, 2018.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Alfabeta: Bandung, 2013).

Surajiyo, *Filsafat Ilmu Dan Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

Ulfa Hidayati, S. Pd., M.M., *Manajemen Sumber Daya Manusia (Perspektif Tata Kelola Pemerintah)*, ed. by M.M. Nurfitriani, S. Psi. (Cendikia Publisher, 2020).

Widjaja, 'Pengantar Ilmu Komunikasi' (Jakarta: Rieneka Cipta Cipta, 2008).

Yusuf, Rombe, 'Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat.', 2020.





SURAT KETERANGAN PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 NOMOR : B-3568/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- a. Bawa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
 - b. Bawa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahkan tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - 2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - 3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - 4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - 5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - 6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - 7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - 8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - 9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - 10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :
- a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 24 November 2022 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
 - b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 21 Februari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan
- a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
 - b. Menunjuk saudara: **ARWIN, M.SI**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
 Nama Mahasiswa : ANDHINI TRIVANI
 NIM : 2120203861206032
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Penelitian : PENERAPAN MOBILE BANKING DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PERBANKAN DI. PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. PAREPARE PATOMPO
 - c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 15 Juli 2024
Dekan.



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002





Nama Mahasiswa

: Andhini Trivani

NIM

: 2120203861206032

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi

· Perbankan Syariah

Judul Penelitian

• Strategi PT Bank Mandiri KCP Parepare Patompo

Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*

INSTRUMEN PENELITIAN

Wawancara untuk pegawai PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo

1. Apa saja kendala yang dialami Bank dalam proses edukasi *mobile banking*?
 2. Apakah Anda Menggunakan media sosial untuk edukasi penggunaan *mobile banking*?
 3. Apakah ada tim khusus untuk melakukan kegiatan edukasi *mobile banking*?
 4. Apakah banyaknya kompetitor menjadi kendala dalam edukasi penggunaan *mobile banking*?
 5. Apakah strategi yang digunakan dalam mengedukasikan penggunaan *mobile banking* berhasil menarik minat nasabah?
 6. Apa saja keluhan yang biasa dikeluhkan nasabah terkait layanan *mobile banking*?
 7. Bagaimana strategi Bank dalam membantu nasabah dengan keterbatasan pengetahuan teknologi?

8. Apakah ada program pelatihan atau workshop yang diselenggarakan oleh Bank untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang *mobile banking*?
9. Bagaimana Anda mengatasi kesulitan penggunaan *mobile banking* oleh nasabah tua atau nasabah yang kurang memahami teknologi?
10. Bagaimana Bank menjaga privasi dan keamanan dalam transaksi *mobile banking*?
11. Bagaimana tahapan sebelum melakukan edukasi *mobile banking*?
12. Bagaimana strategi Bank dalam mensosialisasikan fitur dan manfaat *mobile banking* kepada nasabah baru?
13. Bagaimana manfaat dalam penggunaan *mobile banking*?
14. Apa saja fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile banking* Bank ini?
15. Bagaimana strategi Bank untuk mendorong nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*?
16. Bagaimana efektivitas dari strategi yang dilakukan Bank Mandiri?

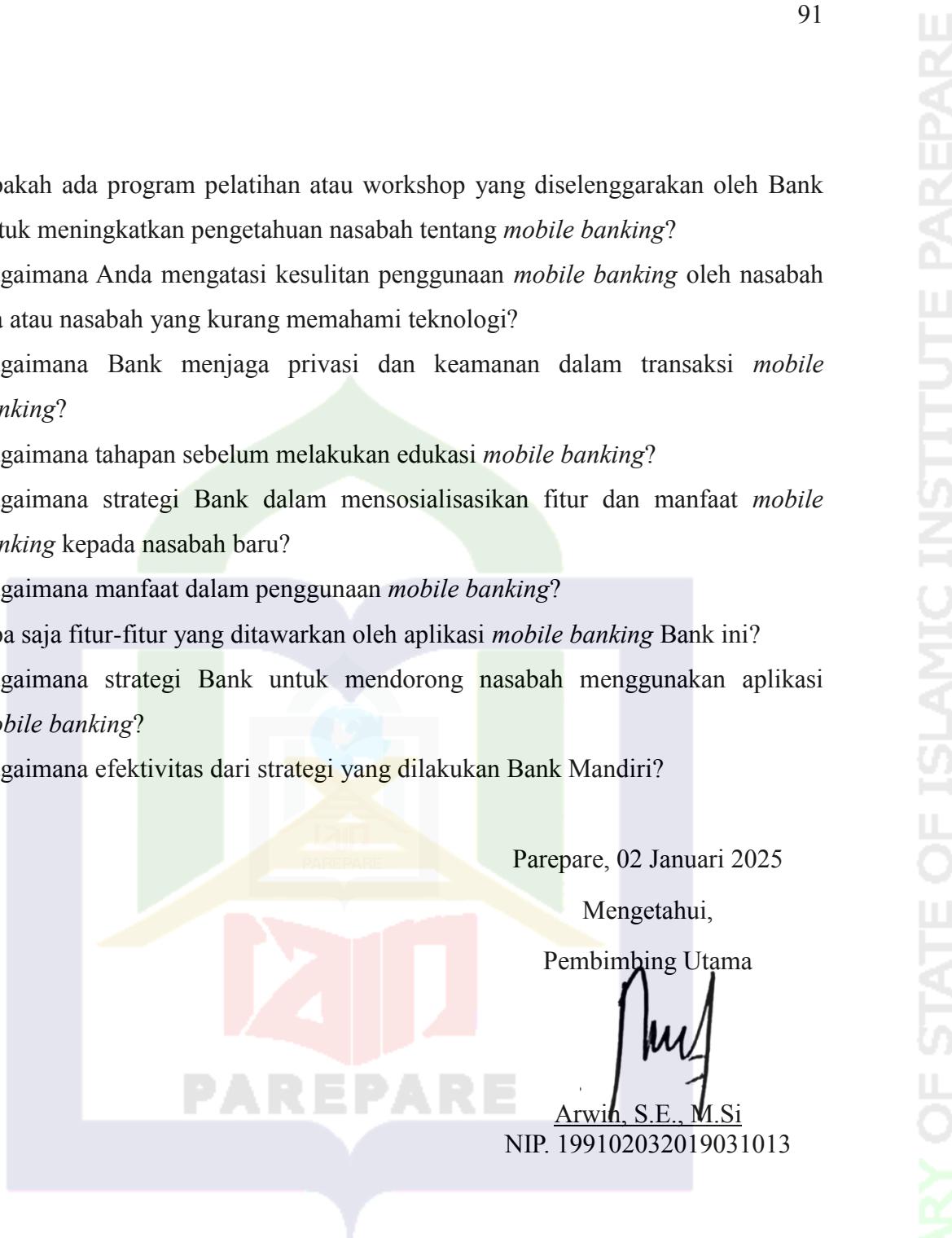
Parepare, 02 Januari 2025

Mengetahui,

Pembimbing Utama


Arwin, S.E., M.Si

NIP. 199102032019031013



SURAT IZIN PELAKSANAAN PENELITIAN DARI IAIN PAREPARE



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-5402/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2024

30 Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 di
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	:	ANDHINI TRIVANI
Tempat/Tgl. Lahir	:	PAREPARE, 09 Agustus 2003
NIM	:	2120203861206032
Fakultas / Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester	:	VII (Tujuh)
Alamat	:	JALAN JEND. H. M. YUSUF, KELURAHAN LEMOE, KECAMATAN BACUKIKI, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI BANK DALAM MENGATASI KETERBATASAN PENGETAHUAN NASABAH

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 31 Desember 2024 sampai dengan tanggal 31 Januari 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SURAT IZIN PENELITIAN DARI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU


SRN IP0000088

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 88/IP/DPM-PTSP/1/2025

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
 NAMA : **ANDHINI TRIVANI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**

ALAMAT : **JL. JEND. H. MUH. YUSUF LEMOE KOTA PAREPARE**
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI BANK DALAM MEMBATASI KETERBATASAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI UNTUK MENINGKATKAN ADOPSİ MOBILE BANKING PADA SALAH SATU BANK BUMN DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk, KCP PAREPARE PATOMPO**

LAMA PENELITIAN : **24 Januari 2025 s.d 22 Februari 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **31 Januari 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
 Pembina Tk. 1 (IV/b)
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : **Rp. 0.00**

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
 Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN



PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.
 KCP Parepare Patompo
 Jl. Baso Daeng Patompo No. 17
 Kota Parepare, Sulawesi Selatan
 Telp : 0421-21972
 Fax : 0421-21971
www.bankmandiri.co.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Branch Manager PT. Bank Mandiri (persero) Tbk.
 KCP Parepare Patompo, menerangkan bahwa:

Nama	: Andhini Trivani
Universitas	: Institut Agama Islam Negeri Parepare
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi <i>Mobile Banking</i> pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT. Bank Mandiri (persero) Tbk.
 KCP Parepare Patompo pada tanggal 22 Januari s.d tanggal 28 Februari 2025.

Surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 28 Februari 2025
 PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

KCP Parepare Patompo


Sri Wulan Dayasari
 Branch Manager

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *SAH WULAN DAYASARI*

Jabatan : *Branch Manager*

Menyatakan bahwa

Nama : Andhini Trivani

Nim : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal *30* Januari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, *30* Januari 2025

Informan

SAH WULAN DAYASARI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Rahmawaty*

Jabatan : *GK CS*

Menyatakan bahwa

Nama : Andhini Trivani

Nim : 2120203861206032

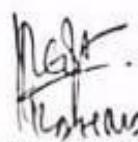
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal 22 Januari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare 23 Januari 2025
Informan


Rahmawaty
 (.....)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibu Purwamasari H.
 Jabatan : General Banker Supervisor

Menyatakan bahwa

Nama	: Andhini Trivani
Nim	: 2120203861206032
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi <i>Mobile Banking</i> pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal 24 Januari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 24 Januari 2025

Informan


 (.....)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANSAR . R .

Jabatan : FA .

Menyatakan bahwa

Nama : Andhini Trivani

Nim : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal 30. Januari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Januari 2025

Informan

(.....ANSAR . R .)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUL AMMAD ATTAS

Jabatan : SGP

Menyatakan bahwa

Nama : Andhini Trivani

Nim : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal 30. Januari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

Parepare, 30 Januari 2025

Informan



ATTAS
(.....)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAHMAT HIDAYAT GAZALI

Jabatan : GBS Teller.

Menyatakan bahwa

Nama : Andhini Trivani

Nim : 2120203861206032

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi untuk Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya pada tanggal 06 Februari 2025 pada Salah Satu Bank BUMN di Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 06 Februari 2025

Informan

(.....)
RAHMAT HIDAYAT GAZALI

DOKUMENTASI

Wawancara dengan pihak PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo



Wawancara dengan Ibu Sri Wulan Dayasari selaku *Branch Manager* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025.



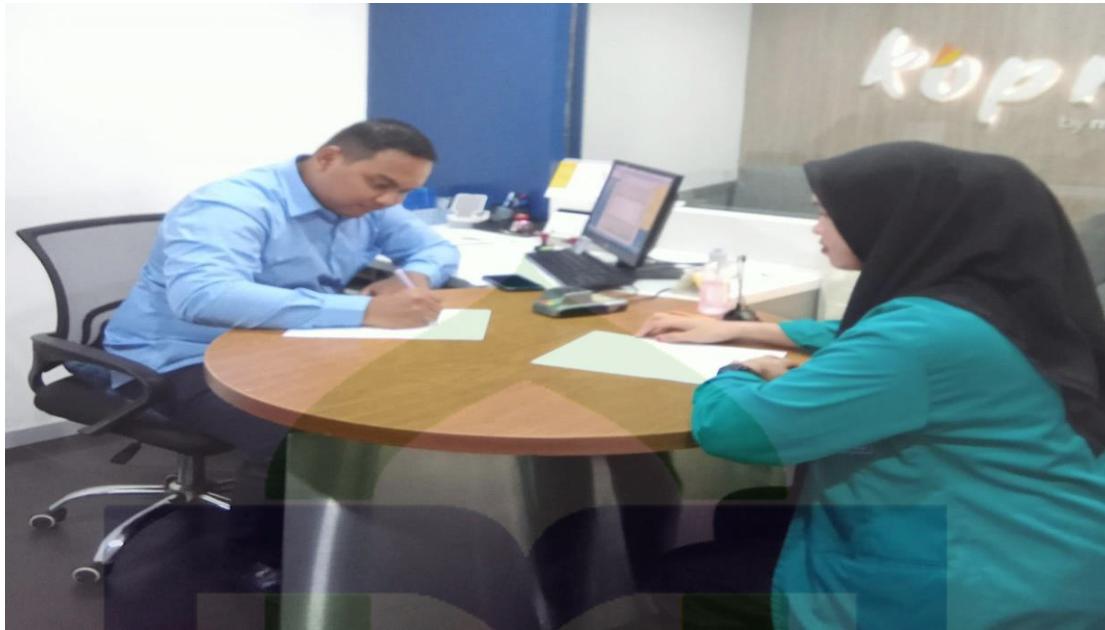
Wawancara dengan Ibu Inda Purnamasari selaku *General Bankir Supervisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 24 Januari 2025.



Wawancara dengan Ibu Rahmawaty selaku *General Bankir Staf Costumer Service* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 23 Januari 2025.



Wawancara dengan Bapak Ansar selaku *Financial Advisor* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025.



Wawancara dengan Bapak Rahmat Hidayat Gazali selaku *General Bankir Staf Teller* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 06 Februari 2025.



Wawancara dengan Bapak Muhammad Attas selaku *Sales Generalist Productive* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo pada tanggal 30 Januari 2025.





Sosialisasi di Institut Agama Islam Negeri Parepare yang diadakan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo.



BIODATA PENULIS



ANDHINI TRIVANI, lahir di Kota Parepare, Sulawesi Selatan pada tanggal 09 Agustus 2003. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Astang dan Ibu Nurmiati. Penulis berdomisili di Jalan Pertanian, Kelurahan Lemoe, Kecamatan Bacukiki, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri 51 Parepare tahun 2009-2015, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 7 Parepare pada tahun 2015-2018, lalu melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Parepare dengan mengambil jurusan MIPA pada tahun 2018-2021. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Perbankan

Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa Lambanan, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polewali Mandar. Dan juga Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Parepare Patombo. Akhirnya penulis menyusun skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa untuk memenuhi persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dengan judul skripsi “Strategi PT. Bank Mandiri KCP Parepare Patombo Mengatasi Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Penggunaan *Mobile Banking*”.

