

Pengaruh Penerapan Mobile Banking Terhadap Pertumbuhan Aset dan DPK Pada PT. Bank DKI

Agus Wismo Widodo

Fakultas Teknik Informatika, Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Aguswiwi1962@gmail.com

Abstract

The research objective was to determine the optimization of the application of Mobile Banking at PT. Bank DKI. The process of collecting data uses library data and field data by means of observation, interviews, and documentation. The results showed that the application of Mobile Banking service greatly influenced the collection of third party funds. The supporting factor in the application of Mobile Banking is the prevalence of people using smart phones, both among business and social circles, which is marked by the ownership of a smart phone in almost all circles, whether professionals, employees and students. With the use of smart phone in almost all circles, Mobile Banking facilities are increasingly wide open to become a potential market wherever they are.

Inhibiting factors is the lack of socialization and education to the public related to the features, it is hoped that Bank DKI can increase Asset and third party funds increase market share, expand service access to the public and be able to compete with conventional banks.

Keywords: Mobile Banking, Current account, Saving account, Deposit, Asset

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sudah berkembang demikian pesat di belahan bumi manapun, apalagi teknologi digital yang sudah menjangkau segala lapisan masyarakat. Perkembangan teknologi digital ini sejalan dengan perkembangan phone selular yang dari waktu ke waktu mengalami peningkatan kemampuan. Hal ini sangat mendukung segala jenis kegiatan manusia termasuk di dunia bisnis. Seiring tumbuh dan berkembangnya teknologi, bisnis yang terjadi di dunia digitalpun mengalami perkembangan, selain jangkauannya yang lebih luas, semua transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat.

Di bidang Perbankan, tentunya juga tidak luput dari kemajuan teknologi tersebut, Perbankan berlomba-lomba menyediakan layanan yang mudah, cepat dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dukungan dari Otorisasi Jasa Keuangan (OJK) selaku regulator Perbankan di Indonesia merupakan angin segar bagi perbankan di Indonesia, karena dengan dukungan penuh terhadap tingginya persaingan industri jasa keuangan maka dapat mendorong layanan nasabah menjadi lebih efisien dan efektif serta menciptakan kesinambungan pelayanan kepada nasabah.

Dalam rangka mengakomodir kebutuhan masyarakat yang ingin melakukan transaksi dengan mudah, nyaman dan aman, Bank DKI menggunakan teknologi yang telah dirancang untuk pengembangan Mobile Banking yang dikenal dengan nama JakOne Mobile.

JakOne Mobile adalah aplikasi layanan keuangan dari Bank DKI yang terdiri dari Mobile Banking dan Mobile wallet. Aplikasi dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari pada merchant-merchant yang bekerja sama dengan Bank DKI. Aplikasi ini memudahkan para Customer untuk melakukan pembayaran dengan melakukan Scanning pada QR Code yang disediakan oleh Merchant-merchant yang sudah bekerja sama dengan Bank DKI. JakOne Mobile bisa digunakan pada smartphone yang memiliki operating system iOS 7 dan Android JellyBean dengan kapasitas penyimpanan minimal 50 MB.

Aplikasi JakOne Mobile telah diunduh lebih dari 18 ribu pengguna, dengan transaksi mencapai 17 Miliar lebih sejak diluncurkan Bank DKI pada tanggal 29 Agustus 2017. JakOne merupakan salah satu produk unggulan Bank DKI yang bertujuan mempermudah setiap orang untuk bertransaksi, mengingat dikalangan masyarakat sebagian besar sudah menggunakan Smartphone. Aplikasi yang dapat diunduh melalui google play store pada android dan App store pada IOS ini dapat digunakan oleh Nasabah maupun non-nasabah Bank DKI untuk membayar biller Telkom PSTN dan tagihan air, pembayaran tiket maskapai penerbangan, pembayaran TV berlangganan dan tagihan pulsa Prabayar dan pasca bayar melalui smartphone. JakOne Mobile juga dapat digunakan untuk membuka rekening tabungan secara Online yaitu dengan cara upload kartu identitas, pengisian data pribadi verifikasi OTP dan mengatur jadwal dengan petugas Bank DKI untuk melakukan verifikasi data. Keistimewaan lain JakOne Mobile juga dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran dengan menggunakan fitur Scan to Pay pada merchant-merchant yang sudah bekerja sama dengan Bank DKI. Pengguna JakOne mobile hanya perlu melakukan scanning pada QR Code yang disediakan oleh Mercant-merchant.

Sistem teknologi yang Online, selain memudahkan transaksi juga memudahkan pemantauan hasil kinerja dari Mobile Banking, sehingga dapat diketahui tingkat perkembangan transaksi Mobile Banking setiap bulannya. Kebijakan menerapkan Mobile Banking untuk memperluas akses layanan Bank DKI agar masyarakat mendapat layanan perbankan lebih mudah. Kebijakan ini juga dimaksudkan untuk mengarahkan aktifitas perbankan agar mampu menunjang perekonomian di Wilayah DKI.

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin melakukan transaksi keuangan dengan mudah dan tidak dibatasi waktu, Bank DKI mengakomodir kebutuhan tersebut, yaitu dengan menerbitkan Mobile Banking pada bulan April 2017.

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank Umum poin c dikatakan bahwa sebagai salah satu upaya peningkatan kapabilitas bank, pemanfaatan perkembangan teknologi informasi secara lebih optimal merupakan prasyarat dalam mendukung inovasi layanan bank.

Layanan Perbankan Digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani transaksi keuangan nasabah secara nyaman, cepat, dan mudah sesuai dengan kebutuhan nasabah (customer experience) dengan pengamanan yang baik, dan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah. Sedangkan Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi.

Layanan Perbankan Elektronik (Electronic Banking) adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.

Dengan semakin beragamnya selera konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup, maka pemasaran masa kini dirasakan sudah tidak efektif lagi. Pemasaran masa depan akan difokuskan pada masyarakat yg tersegmentasi (segmented) dimana pengusaha tidak lagi mencari konsumen sebanyak banyaknya tetapi mempertahankan konsumen yang sudah ada. Model belanja rumah tangga kini sudah berubah. Produk yang berbasis teknologi canggih, cara belanja dan membayar, persyaratan yang ketat, saluran tambahan serta pemasaran pribadi yang diinginkan pelanggan.

Schiffman dan Kanuk (2008) mengatakan bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan hidup

Indrajit, Eko (2012) mengatakan bahwa Internet merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan perusahaan dengan domain public, seperti individu, komunitas, institusi dan organisasi. Jalur ini merupakan jalur termurah yang dapat digunakan perusahaan untuk menjalin komunikasi efektif dengan konsumen.

Anonimus, (2017) mengatakan bahwa Perkembangan Mobile Banking di Indonesia saat ini akan semakin pesat pertumbuhannya. Mengingat saat ini konsumen 90% sudah menggunakan smartphone, maka transaksi dapat dilakukan melalui genggaman tangan sehingga transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat terutama dalam berkomunikasi untuk menunjang aktivitas bisnis sehari-hari. Aplikasi aplikasi yang berhubungan dengan komunikasi, kolaborasi dan koperasi yang biasanya di implementasikan didalam smartphone tersebut, Mobile Banking bukanlah sekedar mekanisme transaksi bisnis melalui media internet, tetapi lebih pada sebuah transportasi bisnis yang merubah cara-cara perusahaan bisnis inti yang sering kali harus dilakukan. Fenomena ini telah mengubur prinsip-prinsip manajemen konvensional yang masih menggunakan cara bertransaksi dilakukan harus dengan cara bertemu.

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara jasa internet (APJII) Tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa sepanjang tahun lalu. Angka ini naik 10,12 dibandingkan dengan jumlah penduduk versi BPS sebesar 264,16 juta jiwa maka bisa dikatakan sudah ada 64,8% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Survey yang dilakukan sepanjang tahun 2016 menemukan bahwa 132,7 juta orang di Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8% dibandingkan dengan pengguna internet tahun 2014.

Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap penggunaan *mobile banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada pengguna *m-banking* dapat dikatari menjadi 6 faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking*

1. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *Mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan suatu website untuk diakses

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking*

merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap kepada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan atau transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

4. Keandalan layanan 24 jam

Transaksi keuangan secara *mobile banking* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *mobile banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking* nya.

6. Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa memiliki tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak dapat pada sistem

Melihat fenomena minat orang begitu antusias dalam menggunakan internet. hal tersebut mengindikasikan bahwa teknologi merupakan bagian inti dari perkembangan strategi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat (Kotler dan Keller, 2009:175).

Oleh karena itu, saat ini industri perbankan semakin gencar dalam membuat sistem yang menggabungkan antara teknologi informasi dengan *Financial*, Salah satunya *Mobile Banking*.

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi dan merupakan bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh perbankan di Indonesia.

Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. (David Kurniawan, 2013, hal. 3)

Menurut penelusuran Tim Riset CNBC, dulu sebelum ada *Mobile Banking* dan *Internet Banking* untuk mentransfer uang saja perlu pergi ke cabang atau ATM. Namun dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan. Alasan ini merupakan salah satu penyebab dari pihak bank menentukan penawaran layanan *M-banking*.

Penggunaan *m-banking* sangat memberikan manfaat bagi nasabah sebagai contoh manfaat *JakOne Bank DKI* dapat digunakan untuk transaksi pemindah bukuan sesama Bank DKI, transfer antar bank, informasi saldo, mutasi rekening. Dengan kata lain *mobile banking* adalah distribusi bank untuk mengakses yang dimiliki nasabah dengan sarana telpon seluler untuk dapat melakukan

aktivitas perbankan mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

Bank DKI sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa perbankan menyadari pentingnya teknologi Mbanking, oleh karenanya Bank DKI menyediakan fasilitas layanan *Mobile Banking* bagi para nasabahnya. *JakOne Mobile Banking* menjadi salah satu produk andalan PT Bank DKI, karena *M-banking* ini sangat membantu untuk memudahkan akses nasabah mengenai produk-produk yang dimiliki oleh Bank DKI.

Pada tahun 2015, Bank DKI memanfaatkan fasilitas *JakOne Mobile Banking* ini sebagai salah satu Cabang yang melayani Nasabah dengan fasilitas *Mobile Banking*. Selanjutnya Perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas *e-banking* di Cabang-cabang mengalami peningkatan yang cukup pesat. [Sumber www.bankdki.co.id](http://www.bankdki.co.id)

TEKNOLOGI INFORMASI

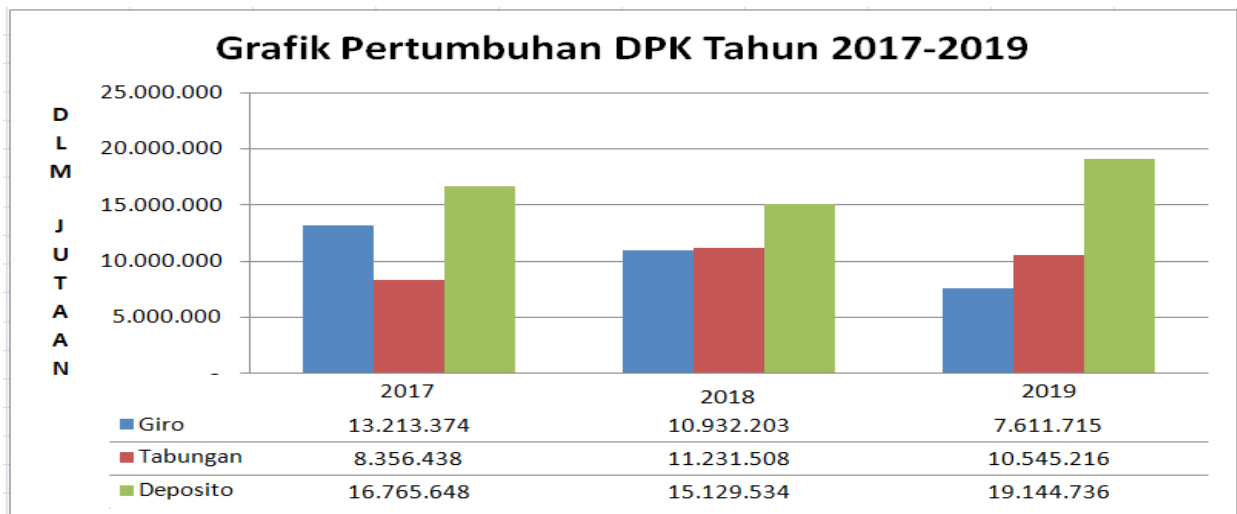
Pelaksanaan operasional agar dapat memenuhi kebutuhan Customer, Bank DKI menggunakan teknologi yang telah didesain untuk pengembangan *Mobile banking* yang lebih dikenal dengan nama *JakOne Mobile*. Aplikasi ini dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari pada *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan Bank DKI.

Aplikasi ini memudahkan para Customer untuk melakukan pembayaran dengan melakukan *scanning* pada QR Code yang disediakan oleh *merchant-merchant* yang sudah bekerja sama dengan Bank DKI.

Selain itu, upaya meningkatkan jumlah pengguna *JakOne Mobile*, Bank DKI juga telah menjalin kerja sama dengan Tokopedia dan Go-Jek, sehingga pengguna *JakOne Mobile* tak hanya dapat membayar barang-barang yang dibeli di Tokopedia dengan *JakOne Mobile*, tapi juga membayar *Go-Pay* dengan aplikasi tersebut.

Kebijakan menerapkan *Mobile Banking* untuk memperluas akses layanan Bank DKI agar masyarakat mendapat layanan perbankan lebih mudah. Kebijakan ini juga dimaksudkan untuk mengarahkan aktivitas perbankan agar mampu menunjang perekonomian di wilayah DKI. Dampak Penerapan *Mobile Banking* pada Bank DKI adalah meningkatnya Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu Giro, Tabungan dan Deposito serta Aset Bank DKI seperti yang ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 1: Pertumbuhan DPK PT. Bank DKI Tahun 2017- 2019



Sumber Data : Laporan Keuangan PT. Bank DKI 2019

Tabel 2 : Pertumbuhan Aset PT. Bank DKI



Sumber Data : Laporan Keuangan PT. Bank DKI 2019

Beberapa yang menjadi unggulan Bank DKI dalam melayani masyarakat adanya beberapa fasilitas yang diberikan oleh JakOne kepada masyarakat, antara lain :



Mobile wallet

istilah dari penggunaan layanan transaksi dengan *electronic money (e-money)* dengan telepon genggam atau *gadget* lainnya yang bersifat *mobile*. Pelopor dari *mobile wallet* di Indonesia adalah Telkomsel yang berkerja sama dengan Bank DKI dengan produk T-Cash. Pada Juni 2011, jumlah pengguna T-Cash sudah mencapai 5,5 juta dan Telkomsel terus mengalami peningkatan jumlah pengguna T-Cash. Selain itu Telkomsel mengubah T-Cash menjadi Tap-Izy. Selain Telkomsel, XL Star juga menyediakan layanan *mobile wallet* bernama XL Tunai serta Indosat dengan layanan *mobile wallet* bernama Dometku

Scan to Pay

Platform pembayaran phone seluler dari visa yang memungkinkan pelanggan mengirim pembayaran secara langsung dari kartu Prabayar, debit atau credit card.

Branchless Banking

Kegiatan menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan penggunaan sarana teknologi Informasi.

Money Transfer

Transfer uang secara elektronik dari satu rekening bank ke rekening bank lainnya, baik dalam satu lembaga keuangan atau lintas lembaga melalui sistem berbasis computer, tanpa campur tangan langsung dari personel Bank.

Payment

Transfer uang atau barang dan jasa untuk ditukar dengan produk barang atau jasa.

Purchase

Operasi rutin yang dilakukan individu dan perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengalihkan kepemilikan barang fisik, intelektual, virtual atau lainnya.

Online shopping

Bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet menggunakan broser web.

Mobile Cash

merupakan rekening bayar iuran BPJS Kesehatan yang dikembangkan oleh PT Finnet Indonesia. ... Setelah mendaftar, peserta dapat langsung melakukan pembayaran atau pengisian saldo iuran di Kantor Pos, Alfamart, jejaring Apotek Sanafarma di seluruh Indonesia, dengan menyebutkan nomor peserta dan nomor telepon.

Point Rewards

Hadiah poin didasarkan pada jumlah yang dibelanjakan, akan memperoleh satu poin untuk setiap rupiah yang dibelanjakan.

Sistem teknologi yang online, selain memudahkan transaksi juga memudahkan pemantauan hasil kinerja dari Mobile Banking sehingga dapat diketahui tingkat perkembangan transaksi Mobile Banking setiap bulannya.

Kebijakan menerapkan Mobile Banking untuk memperluas akses layanan Bank DKI agar masyarakat mendapat layanan perbankan lebih mudah, cepat dan aman.

KESIMPULAN

1. Perkembangan teknologi digital banking saat ini berkembang begitu cepat dan meluas ke seluruh lapisan masyarakat. Perbankan menjawab perkembangan bisnis yang menggunakan perpaduan perkembangan teknologi internet dan teknologi selular, khususnya dalam pelayanan kepada Nasabah, Bank DKI mengeluarkan teknologi aplikasi mobile banking Jakone agar dapat menjawab kebutuhan nasabahnya termasuk dalam mempercepat transaksi perbankan.
2. Mobile banking meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengguna mobile banking dalam bertransaksi serta dapat membantu nasabah dalam mengambil keputusan perbankan yang tepat. Keputusan yang membuat nasabah semakin loyal dan mempercayai Bank DKI sebagai tempat transaksi bisnisnya. Hal ini tercermin dari jumlah asset serta penempatan dana di Bank DKI.

DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
2. Bused dan Tiwari. 2007. *The mobile Commerce prospects A Strategi analysis of opportunities in the banking setor*. Hambung : Hambung university Press
3. Eko Indrajit, Richardus, 2002, "Pengantar Konsep E-Business", Penerbit ANDI, Yogyakarta.
4. Eko Indrajit, Richardus, 2001, "E-commerce: Strategi Bisnis Di Dunia Maya", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
5. Hadi, Syamsul, (2006), "faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *m-banking*" jurnal akuntansi dan keuangan. Vol 8 No 1
6. Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara. Hermawan, A. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT.Grasindo.
7. I Putu Agus Eka Pratama (2015), "E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce " berbasis Open Source. Penerbit Informatika, Bandung.
8. Kotler dan Keller, 2009 "Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi

9. Kinner, Thomas C And James R, Taylor. 1995. *Marketing Research : An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
10. Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran edisi milenium*. Jakarta
11. Latumerissa, Julius R. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat
12. <https://www.bankdki.co.id/id/investor-relations/informasi-keuangan/laporan-keuangan>.