

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi informasi sangat mempengaruhi sektor perbankan, contoh dari perkembangan teknologi yaitu *mobile banking*. Kemajuan teknologi yang saat ini digunakan di industri perbankan adalah penggunaan alat komunikasi, dimana saat ini bank menawarkan kemudahan untuk mencari informasi keuangan melalui akses *mobile banking*.

Menurut Saifudin (2022; hlm 180) Dalam dunia perbankan sering disebut dengan teknologi perbankan atau lebih sering disebut dengan Teknologi Sistem Perbankan (TSI). Mengacu pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007. teknologi system perbankan merupakan suatu aplikasi yang menangani data keuangan dan layanan perbankan. Untuk menyelenggarakan pelayanan kepada publik secara elektronik yaitu dengan sarana komputer, telepon, dan sistem elektronik lainnya.

Mobile Banking yaitu layanan perbankan yang memungkinkan anda melakukan transaksi keuangan tanpa perlu mengunjungi bank, kecuali melakukan penarikan tunai. Keunggulan *mobile banking* adalah nasabah melakukan transaksi kapan saja, dari mana saja dan tanpa mengenal batasan waktu karena menggunakan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* meliputi aktivitas keuangan dan transaksi non keuangan, transfer antar bank atau bank lain, isi ulang pulsa, cek saldo, dan pembayaran tagihan lainnya melalui ponsel. Formulir ini terinspirasi dari aplikasi SMS atau *mobile banking* yang tersedia di *Google Play Store* dan *App Store*. Nasabah dapat dengan cepat melakukan transaksi keuangan secara *online* tanpa harus mengunjungi bank, sehingga nasabah dapat menghemat waktu, uang, dan tenaga.

Industri Perbankan perlu aktif mempromosikan layanan *mobile banking*. Memasarkan layanan *mobile banking* menjadi sangat penting karena semua nasabah bank diharapkan untuk memanfaatkan layanan

mobile banking. Setiap Bank harus memiliki metode dan strategi pemasaran yang berbeda untuk layanan *mobile banking*.

Setiap bank perlu memiliki strategi pemasaran yang baik untuk mencapai tujuan pemasarannya, ada beberapa faktor seperti produk, lokasi, harga, dan promosi diperlukan untuk berhasil memasarkan produknya, ada beberapa faktor seperti *Product, Place, Price, Promotion, People, Physical Evidence, Process*.

Aplikasi Muamalat Digital *Islamic Network* (DIN) yang tersedia di bank muamalat Indonesia merupakan layanan *mobile banking*. *Mobile banking* Muamalat DIN memiliki sejumlah layanan yang menarik termasuk transfer, pembayaran, dan nasabah dapat membuka rekening secara online yang tersedia di *mobile banking* Muamalat Digital *Islamic Network* (DIN). Selain itu, *mobile banking* Muamalat menyediakan fitur *non finansial* semacam *daily* hadist, kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal shalat, yang semuanya dapat dipenuhi hanya dengan satu aplikasi. Sehingga bank harus memilih dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk memastikan bahwa pemasaran yang dilakukan sukses dan memenuhi tujuan yang dicapai.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui tinjauan pelaksanaan pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Melawai, dengan judul “**Tinjauan Pelaksanaan *Mobile Banking* Muamalat Digital *Islamic Network* (DIN) pada Bank Muamalat KC Melawai**”. Untuk memahami Pelaksanaan Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam memasarkan aplikasi *Mobile Banking* DIN, hambatan yang terjadi dalam memasarkan Aplikasi *Mobile Banking* Muamalat DIN, dan solusi yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam memasarkan *Mobile Banking* Muamalat DIN.

I.2 Tujuan

Tujuan yang harus dicapai dalam menyusun Tugas Akhir sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Pelaksanaan Strategi Pemasaran Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Melawai dalam memasarkan layanan *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)*.
- b. Untuk mengetahui Hambatan terkait pemasaran *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)*.
- c. Untuk mengetahui Solusi dalam mengatasi Hambatan terkait pemasaran *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)*.

I.3 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian Bank Muamalat terhadap Pelaksanaan Strategi Pemasaran *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network*:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya jurusan Perbankan dan Keuangan UPN Veteran Jakarta.
 - b. Untuk menambah Ilmu Pengetahuan dan wawasan yang baru.
 - c. Sebagai tambahan referensi dan informasi khusus tentang Strategi Pemasaran bagi mahasiswa.
2. Manfaat Praktis
 - a. **Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia, Kantor Cabang Melawai**
Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi bank terkait dalam menentukan solusi apa yang dapat diberikan ke Bank Muamalat Kantor Cabang Melawai dalam memasarkan *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)* untuk Bank Muamalat Kantor Cabang Melawai.
 - b. **Bagi Peneliti**
Penelitian ini merupakan bagian dari proses pembelajaran awal yang dirancang untuk memberikan wawasan dan pengalaman dalam menerapkan pengetahuan pada tantangan dunia nyata.