

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA APLIKASI
MOBILE BANKING DI PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh :

Titania Ayu Romadloni

NIM : 1915744071

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program Studi
Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA APLIKASI *MOBILE BANKING*
DI PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA BALI

Oleh

TITANIA AYU ROMADLONI

NIM. 1915744071

Disahkan :

Ketua Penguji



Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, S.E., M.M.
NIP. 202111008

Penguji I



Ni Wayan Sumetri, S.E., M.Agb.
NIP. 19640313990032003

Penguji II



Ni Luh Made Wijayati, S.E., M.Si.
NIP. 196401141988112001

Mengetahui,

Jurusan Administrasi Bisnis



Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E.MBA, Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 24 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis

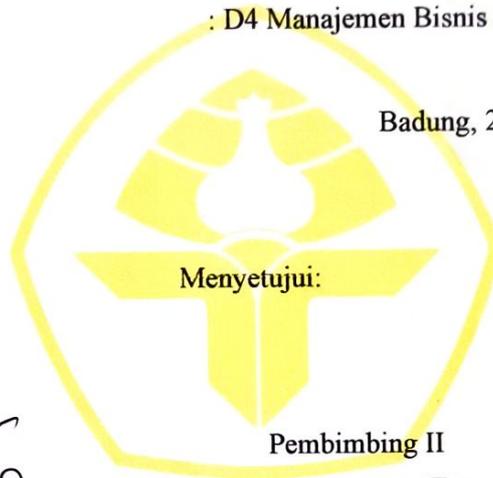


Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M.
NIP. 197612032008122001

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi
Mobile Banking Di PT. BPRS Fajar
Sejahtera Bali
2. Pelaksana :
- a. Nama : Titania Ayu Romadloni
 - b. NIM : 1915744071
 - c. Jurusan : Administrasi Niaga
 - d. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 24 Februari 2023



Pembimbing I

Handwritten signature of I Wayan Wirga in black ink.

I Wayan Wirga, SE, MBA
NIP. 196107261988111001

Pembimbing II

Handwritten signature of Ida Ayu Putri Widiyasuari Riyasa in black ink.

Ida Ayu Putri Widiyasuari Riyasa, S.E., M.M.
NIP. 202111008

MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kusayangi.

Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang yang paling berharga dalam hidup saya, ayah dan ibu tercinta. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang selalu diberikan. Tanpa diduga dan diragukan lagi, mereka telah memberikan semangat dan motivasi yang luar biasa dalam perjalanan penulisan skripsi ini. Serta semua pihak yang telah membantu selama penyelesaian skripsi ini.

Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu apa pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati agar kamu bersyukur."

-(Q.S An-Nahl: 78)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titania Ayu Romadloni
NIM : 1915744071
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“ Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi *Mobile Banking* Di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali” adalah memang benar asli karya saya.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 7 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Titania Ayu Romadloni
NIM: 1915744071

ABSTRAK

BPRS Fajar Sejahtera Bali merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang memiliki aplikasi *mobile banking*. Aplikasi tersebut sebagai bentuk layanan BPRS guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Meskipun aplikasi *mobile banking* sangat bermanfaat bagi nasabah, namun masih ada yang belum memakai aplikasi tersebut. Masalah inilah yang menjadi tantangan besar bagi BPRS Fajar Sejahtera Bali untuk memasarkan layanan aplikasi *mobile banking* lebih baik lagi. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tentang strategi pemasaran aplikasi *mobile banking* di BPRS Fajar Sejahtera Bali. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran yang baik dilakukan oleh pihak bank BPRS Fajar Sejahtera Bali pada aplikasi *mobile banking*? Bagaimana solusi dan kendala dalam proses pemasaran pada aplikasi *mobile banking* oleh pihak bank BPRS Fajar Sejahtera Bali ? Didalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian (*field research*), teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya, analisis data menggunakan metode deduktif yang menekankan pada pengamatan dahulu, lalu menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan tersebut. Data yang menjadi sumber adalah data-data dari pihak BPRS Fajar Sejahtera Bali mengenai strategi pemasaran aplikasi *mobile banking*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali pada aplikasi *mobile banking* adalah (1) Segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku. (2) Penetapan target pasar ialah semua nasabah yang memiliki tabungan. (3) Penetapan posisi pasar yaitu dengan mengembangkan fitur-fitur pada aplikasi *mobile banking*. (4) Penerapan bauran pemasaran adalah harga yang terjangkau sesuai dengan pasar pada umumnya dan tempat aplikasi *mobile banking* dapat diakses dimanapun dan kapanpun serta instagram, *event-event* tertentu, dan pemberitahuan langsung *face to face* antara customer service dan funding officer kepada nasabah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Mobile banking*, analisis SWOT, BPRS Fajar Sejahtera Bali

ABSTRACT

BPRS Fajar Sejahtera Bali is a sharia banking institution that has a mobile banking application. The application is a form of BPRS service to make it easier for customers to make transactions anywhere and anytime. Even though the mobile banking application is very useful for customers, there are still those who have not used the application. This problem is a big challenge for BPRS Fajar Sejahtera Bali to market mobile banking application services even better. So this research was conducted to examine the marketing strategy of mobile banking applications at BPRS Fajar Sejahtera Bali. The formulation of the problem in this study is how is a good marketing strategy carried out by the BPRS Fajar Sejahtera Bali bank on the mobile banking application? What are the solutions and constraints in the marketing process on the mobile banking application by the BPRS Fajar Sejahtera Bali bank? In this study the authors used a qualitative approach and type of research (field research), data collection techniques by means of interviews, observation and documentation. Furthermore, data analysis uses a deductive method that emphasizes first observations, then draws conclusions based on these observations. The data that is the source is data from BPRS Fajar Sejahtera Bali regarding the marketing strategy of the mobile banking application. The results of this study conclude that the marketing strategy implemented by BPRS Fajar Sejahtera Bali on the mobile banking application is (1) Market segmentation based on geographical segmentation, demographic segmentation, psychographic segmentation and behavioral segmentation. (2) Determination of the target market is all customers who have savings. (3) Determination of market position, namely by developing features on the mobile banking application. (4) Implementation of the marketing mix is an affordable price in accordance with the market in general and where the mobile banking application can be accessed anywhere and anytime as well as promotions through websites, Instagram, certain events, and direct face to face notifications between customer service and funding officers to customers.

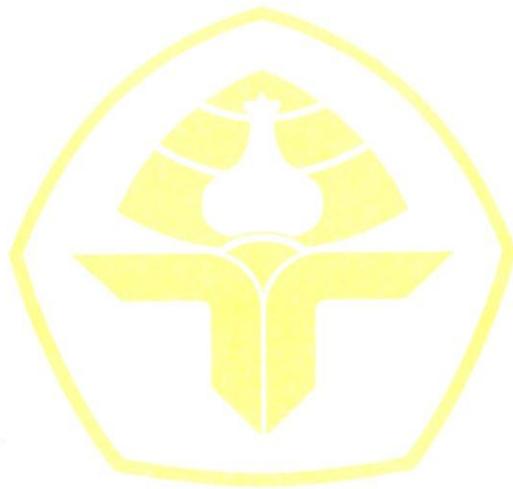
Keywords: *Marketing Strategy, Mobile banking, SWOT analysis, BPRS Fajar Sejahtera Bali*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi *Mobile Banking* Di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali” dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali. Dalam kesempatan ini juga disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.Com. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menimba ilmu di Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali telah memberikan petunjuk dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Ketut Vini Elfora, SE, M.M selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak I Wayan Wirga, SE, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para staff dan Bapak/Ibu dosen pengajar di Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bantuan atas pelayanan yang baik dan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat.
6. Bapak I.D. Swara Hamdani, selaku Direktur Utama PT BPRS Fajar Sejahtera Bali yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
7. Orang Tua dan keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

9. Teman – teman, sahabat khususnya santi, nova, novi, citra, yipping, nanda, dan semua pihak yang telah membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Semoga semua dukungan, semangat, dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini akan dibalas dengan setimpal oleh Tuhan Yang Maha Esa. Disadari jika skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan di dalamnya sehingga diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Telaah Teori	9
2.2. Analisis SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats)	18
2.3. Pengertian M-Banking	19
2.4. Penelitian Terdahulu	21
2.5. Kerangka Teoritis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Lokasi Penelitian	27
3.2 Obyek Penenltian	27
3.3 Jenis Sumber Data.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Metode Analisis Data	30
3.6 <i>Matriks</i> SWOT	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	42

4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	88
5.3 Limitasi Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	90



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar jumlah nasabah PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali	4
Tabel 3. 1 Matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS).....	32
Tabel 3. 2 <i>Matriks Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	34
Tabel 3. 3 Total Nilai EFAS dan IFAS	36
Tabel 3. 4 <i>Matriks SWOT</i>	40
Tabel 3. 5 <i>Matriks QSPM</i>	41
Tabel 4. 1 Kekuatan (Strengths)	54
Tabel 4. 2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	56
Tabel 4. 3 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	57
Tabel 4. 4 Ancaman (<i>Threats</i>)	59
Tabel 4. 5 Responden Kuesioner Indikator Internal dan Eksternal	59
Tabel 4. 6 <i>Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) pada Aplikasi Mobile Banking PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali</i>	61
Tabel 4. 7 <i>Matriks EFAS Eksternal Factor Analysis Strategy Aplikasi Mobile Banking PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali.</i>	65
Tabel 4. 8 <i>Matriks Internet –Eksternal (IE) pada Aplikasi Mobile Banking BPRS Fajar Sejahtera Bali</i>	71
Tabel 4. 9 <i>Matriks SWOT Pada Aplikasi Mobile Banking PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali</i>	74
Tabel 4. 10 Alternatif Strategi Pemasaran Aplikasi <i>Mobile Banking Di PT.BPRS Fajar Sejahtera Bali</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali	43
Gambar 4. 2 Diagram SWOT Posisi aplikasi Mobile Banking PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali	70



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Bimbingan Skripsi

Lampiran 2. Pertanyaan dan Hasil Wawancara Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan Berdasarkan SWOT

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Rating dan Bobot

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Pemberian Rating Indikator Lingkungan Internal Dan Eksternal

Lampiran 5. Tabulasi Penilaian Rating Faktor-faktor Strategi Eksternal pada Aplikasi *Mobile Banking* PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali

Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan Penelitian



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Definisi Bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan menyatakan yang dimaksud dengan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.” Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan.

Perbankan adalah infrastruktur komersial yang menangani semua kebutuhan keuangan sehari-hari dan digunakan sebagai tempat untuk berbagai transaksi keuangan seperti penghimpunan dana, investasi, pengiriman uang, pembayaran dan penagihan. (Sumarna, 2019 : 120) mengemukakan pendapatnya tentang Perbankan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk layanan lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

BPRS Fajar Sejahtera Bali sebagai bagian industri perbankan syariah yang bertekad melakukan penyesuaian melalui proses transformasi yang dijalankan secara terencana. Di tengah pesatnya penggunaan teknologi oleh masyarakat umum, industri perbankan mau tidak mau harus mengikuti trend tersebut. Layanan Internet Banking dan Mobile Banking menjadi suatu hal yang niscaya ada di perbankan. Mobile Banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.

Oleh karena itu BPRS Fajar Sejahtera Bali meluncurkan aplikasi Mobile banking yang diberi nama “ Fajar Sejahtera Mobile”. Aplikasi ini diluncurkan pada

pertengahan tahun tepatnya di bulan Agustus 2022. Hal ini menjadi inovasi baru yang dibuat untuk memenuhi kepuasan nasabah BPRS Fajar Sejahtera Bali. Mobile banking ini memiliki beberapa keunggulan, salah satunya melalui aplikasi mobile banking, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun, seperti informasi saldo, transfer antar bank dengan bank lain, pembelian dan pembayaran, dll. berdagang. Selain itu, layanan mobile banking juga dapat menekan biaya transaksi di dalam bank sehingga semua transaksi dapat dilakukan dengan cepat, akurat dan efisien. Sejak peluncuran aplikasi mobile banking, aplikasi ini masih menyisakan banyak hal yang diinginkan. Namun idealnya, mobile banking memungkinkan nasabah untuk dengan mudah melakukan transaksi dan memperoleh informasi melalui aplikasi mobile banking, serta privasi dan keamanan data nasabah yang menggunakan mobile banking harus terjamin.

Pada dasarnya pemasaran mobile banking idealnya tidak terlepas dari adanya jaringan internet mengingat aplikasinya Mobile banking sendiri merupakan aplikasi online.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan penulis di kantor BPRS Fajar Sejahtera Bali dengan Fika selaku customer service BPRS Fajar Sejahtera Bali. Ia mengatakan, "keberadaan mobile banking semakin memudahkan nasabah untuk melakukan transfer dana dan pembelian pulsa. Jadi tidak perlu jauh-jauh pergi ke ATM atau membeli di konter". Pendapat lain juga disampaikan oleh nasabah yang memiliki aplikasi Fajar Sejahtera mobile yang bernama Afni mengatakan bahwa transfer dengan aplikasi Fajar Sejahtera mobile mempermudah kita karena tidak usah pergi kemana-mana, hanya lewat handphone jadi bisa transfer kapanpun dan dimanapun. Namun, kekurangannya pada saat melakukan transaksi melalui aplikasi Fajar Sejahtera mobile kadang terjadi gangguan jaringan. Dari keterangan diatas bahwa Mobile banking memberikan dampak positif bagi nasabah yang sudah menggunakan aplikasi mobile banking yaitu memudahkannya dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Meskipun Mobile Banking sangat bermanfaat bagi nasabah namun masih ada yang belum memakai aplikasi Mobile Banking. Sebagaimana hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Inna nasabah BPRS

Fajar Sejahtera. Awalnya dia berpikir bahwa aktivasi Mobile Banking dapat dilakukan secara mandiri dengan memasukkan nomor rekening tabungan dan pin atm saja, tetapi ternyata aktivasi Mobile Banking harus melalui Customer Service atau Teller pada BPRS Fajar Sejahtera Bali terlebih dahulu. Karena, aktivasi yang lumayan sulit dan dia merasa aplikasi tersebut tidak begitu penting baginya (bukan termasuk kalangan bussines man), maka dari itu dia tidak memasang aplikasi Mobile Banking pada smartphonennya.

Pendapat lain juga disampaikan oleh beberapa pihak marketing yang bertugas disekolah sekolah , dengan permasalahan yang sama yaitu beberapa nasabah khususnya orang tua siswa terkendala dalam pemakaian aplikasi mobile banking ditambah lagi dengan smartphone yang masih kurang mendukung selain itu keterbatasan orang tua siswa menggunakan smartphone juga menjadi salah satu alasan beberapa nasabah masih belum mau melakukan aktifasi aplikasi Fajar Sejahtera Mobile.

Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa masih ada nasabah yang belum memasang aplikasi mobile banking dengan beberapa alasan yaitu cara mengaktifasi yang masih harus dilakukan ke BPRS Fajar Sejahtera Bali, kendala jaringa di setiap daerah yang sering mengalami gangguan , keterbatasan smartphone yang digunakan nasabah karena rata rata nasabah ada dari ibu rumah tangga hingga lansia yang dimana menggunakan smartphone menjadai salah satu hal yang dianggap rumit.

Pada tabel menunjukkan jumlah nasabah 5 tahun terakhir dimana justru mengalami penurunan di tahun 2022. Berikut tabel jumlah nasabah periode 2018-2022.

Tabel 1. 1 Daftar jumlah nasabah PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali
periode 2018-2022

Tahun	Jumlah nasabah
2018	5671
2019	6888
2020	4067
2021	2229
2022	2455

Sumber : data nasabah BPRS Fajar sejahtera Bali 2022

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat jumlah nasabah mengalami peningkatan pada tahun 2018 – 2019 dan mengalami penurunan di tahun 2020 lalu mengalami peningkatan ditahun 2022 . Dimana hal ini menjadi menarik karena sejak diluncurkannya aplikasi mobile banking di tahun 2022 justru jumlah nasabah mengalami penurunan. Hal ini menjadi salah satu permasalahan yang harus diperhatikan untuk dapat lebih memaksimalkan dan meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan aplikasi mobile banking, rencana yang dilakukan pihak bank adalah melakukan promosi produk.

Manager Marketing BPRS Fajar Sejahtera Bali, menyatakan bahwa target yang harus dipenuhi dalam pemasaran layanan aplikasi *Fajar Sejahtera mobile* diharapkan seluruh nasabah dapat menggunakannya. Harapan utama dalam pemasaran produk BPRS Fajar Sejahtera Bali yaitu seluruh nasabah selayaknya sudah menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada layanan *Mobile Banking*, hal tersebut menjadi prioritas utama pemasaran produk. Apabila nasabah telah memanfaatkan fitur-fitur pada *Mobile Banking* dan telah lancar menjalankannya, maka dapat mengikat kebutuhan nasabah tersebut terhadap layanan yang diberikan dengan kemudahan-kemudahan bertransaksi keuangan secara praktis, baik transaksi transfer atau layanan pembayaran rekening koran. Nasabah yang terkondisikan terikat kebutuhan bertransaksi secara *mobile*, maka semakin kuat kebutuhan bertransaksi keuangan dengan memanfaatkan jasa bank. Masalah inilah yang menjadi tantangan besar bagi BPRS Fajar Sejahtera Bali untuk memasarkan

layanan *Mobile Banking* lebih baik lagi. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi begitu sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan tidak merugikan sebuah perusahaan. Maka dari itu pihak bank harus mengambil andil yang begitu besar untuk dapat memasarkan layanan *Mobile Banking* ini secara keras agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan layanan ini sesuai harapannya.

Dari uraian masalah diatas terdapat beberapa masalah yang sedang dihadapi dalam memasarkan aplikasi mobile banking di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali Terdapat kendala-kendala yang belum dapat teratasi dengan baik, serta berbagai ancaman yang belum bisa teratasi membuat perkembangan aplikasi mobile banking di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali perlu diupayakan terus dengan mencoba dan menemukan berbagai macam strategi yang sesuai. Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan umumnya dan khususnya terhadap bidang pemasaran didalam lingkungannya adalah analisis SWOT. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Sehingga menurut peneliti analisis ini tepat digunakan untuk menganalisis permasalahan internal serta eksternal perusahaan. Dan maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai strategi pemasaran yang baik digunakan oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali dalam memasarkan aplikasi *mobile banking*. Sehingga penulis melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi *Mobile Banking* di BPRS Fajar Sejahtera Bali ”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam Rumusan Masalah. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh aplikasi *Mobile Banking* di PT. BPRS FajarSejahtera Bali ?
2. Bagaimana pemasaran yang tepat dilakukan ppada produk aplikasi *mobile banking* oleh pihak bank BPRS Fajar Sejahtera Bali?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan untuk mempermudah pemecahan masalah yaitu tentang bagaimana strategi pemasaran yang baik dilakukan oleh pihak bank BPRS Fajar Sejahtera Bali dalam upaya memasarkan produk aplikasi *Mobile Banking*.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada di aplikasi *Mobile Banking* di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat yang dapat dilakukan pihak bank dalam memasarkan aplikasi *mobile banking* di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka manfaat penelitiannya adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pelaksanaan penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan bagi lembaga keuangan Syari'ah khususnya para praktisi-praktisi perbankan untuk meningkatkan kualitas profesionalnya.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam pengembangan teori untuk mendalami konsep prinsip-prinsip perbankan.

c. Sebagai bahan masukan untuk lembaga yang bersangkutan agar dapat mengoreksi dan mengevaluasi kembali apa yang penulis teliti.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Instansi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan, saran dan masukan kepada manajemen mengenai Strategi Pemasaran Aplikasi Mobile
- b. Bagi Politeknik Negeri Bali Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Manajemen Bisnis Internasional penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi mengenai Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi *Mobile Banking* untuk penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisan yang digunakan agar mendapat arahan dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan beberapa hal yang menguraikan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan bagian Tinjauan Pustaka yang isi di dalamnya menjabarkan teori – teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang meliputi Telaah Teori, Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik), serta Kerangka Teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Tempat Penelitian, Obyek Penelitian, Sumber Data, Jenis data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Jadwal Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang menjadilokasi penelitian. Bab ini juga dibahas tentang hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian serta implikasi dari penelitian tersebut.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa :

1. Kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali

Analisis SWOT terdiri dari faktor internal dan eksternal. Yang mana kekuatan yang dimiliki oleh aplikasi Mobile banking pada PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali yakni : (a) Dapat melakukan transaksi ppob seperti pembayaran (pulsas, token, pdam, transfer uang, cek mutasi, e-money), (b) Nasabah bisa melakukan transaksi QR pay di beberapa resto yang sudah bekerjasama dengan bank (c) Bank ini merupakan BPRS satu satunya yang ada di Bali (d) Memberikan kemudahan para nasabah dalam mengecek saldo dan mutasi bank (e) Biaya pajak yang murah (f) Adanya promo potongan harga ketika menggunakan aplikasi ini (g) Tampilan aplikasi yang menarik dan mudah digunakan (h) Aplikasi dapat digunakan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan koneksi internet yang ada.

Kemudian untuk kelemahannya terdiri dari (a) Rata-rata usia nasabah kebanyakan orang tua yang awam dengan penggunaan teknologi (b) Belum ada menu transfer antar bank (c) Adanya produk unggulan yang belum bisa diakses di M-banking (d) Aplikasi belum bisa diinstall di pengguna ios/iphone (e) Aplikasi sering terjadi eror.

Peluang yang dimiliki oleh PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali terdiri dari (a) BPRS berlokasi dikawasan Kuta, dimana menjadi kawasan yang padat dan selalu ramai (b) Mengikuti tren pasar perbankan dengan meluncurkan aplikasi mobile banking (c) Kemajuan digital marketing dalam memasarkan produk (d), (e) banyak usaha-usaha yang sudah meberlakukan sistem bayar *online / e-wallet*

Adapun ancaman yang meliputi (a) maraknya berita penipuan tentang mobile banking (b) Banyaknya aplikasi sejenis (c) Kurangnya pengetahuan dalam penggunaan teknologi (d) Perkembangan dunia digital yang semakin pesat menjadi tantangan tersendiri bagi pihak Bank (e) Mayoritas penduduk Bali adalah non Muslim

2. Strategi promosi yang dapat diterapkan oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali

Adapun strategi promosi yang dapat diterapkan oleh PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali yaitu melalui strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal karena perusahaan berada pada sel 1 Matriks IE. Perusahaan dapat menerapkan strategi yang telah dirumuskan pada Matriks SWOT, yang telah terbagi menjadi 4 kelompok diantaranya sebagai berikut :

- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*), yang terdiri dari:
 - a. Membuat *design* yang lebih menarik.
 - b. Mengembangkan brand awarnes melalui sosial media dengan tingkat pengguna yang tinggi, contoh seperti tiktok /instagram
 - c. Menambah relasi atau kerja sama dengan pelaku usaha sehingga penggunaan aplikasi ini bisa lebih luas.
 - d. Membuat promo-promo yang menarik, untuk menarik minat nasabah/ masyarakat umum.
- 2.) Strategi ST (*Strength-Threat*), yang terdiri dari:
 - a. Meningkatkan kepercayaan nasabah akan keamanan aplikasi dengan cara memberikan pengarahan, memonitoring serta mengawasi para nasabah dalam penggunaan aplikasi,
 - b. Mempertahankan kelebihan aplikasi dalam menetapkan harga/ biaya pajak yang murah .
 - c. Melakukan pendekatan yang intensif kepada nasabah yang masih belum mau menggunakan aplikasi.
- 3.) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yang terdiri dari:
 - a. Menangani keluhan nasabah akan aplikasi yang sering eror, serta mencegah ketertinggalan aplikasi yang dimana masih ada fitur –fitur

produk unggulan yang belum pada aplikasi

- b. Membuat manajemen publikasi akan konten terkait produk produk khususnya produk aplikasi *Mobile Banking* di media social yang sudah ada dan menambah media *social* untuk memperluas *share* .
- 4.) Strategi WT (*Weakness-Threat*) yang terdiri dari:
- a. Mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah , dengan memberikan pelayanan terbaik dapat membuat hubungan jangka panjang kepada nasabah.
 - a. Melakukan perbandingan pada aplikasi sejenis lainnya sehingga perusahaan tau kekurangan yang harus diperbaiki.

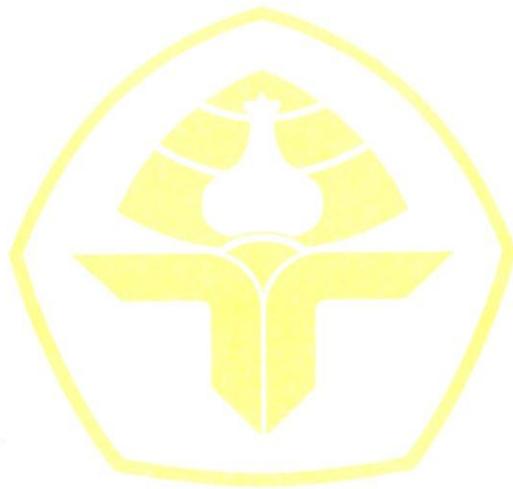
5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu disarankan kepada pihak PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali dalam proses pemasaran aplikasi *Mobile Banking* promosi ini berkaitan dengan kelemahan serta ancaman agar dapat melakukan perbaikan kedepannya, yakni :

1. Sebaiknya pihak PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali menambah relasi dengan usah usaha / umkm untuk memperluas penggunaan aplikasi ini agar bisa merata di pasar pasar sehingga dapat lebih optimal dalam bersaing dengan aplikasi sejenis lainnya
2. Sebaiknya pihak PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali harus lebih memperhatikan kelemahan internal perusahaan guna mengurangi ancaman yang ada. Seperti aplikasi yang masih memiliki beberapa kekurangan fitur fitur pendukung yang penting . Dimana pihak perusahaan harusnya segera memperbaiki dan meningkatkan kualitas aplikasi , sehingga ini akan mengurangi tingkat keraguan nasabah pada aplikasi *Mobile Banking* .
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat menambah pengetahuan.

5.3 Limitasi Penelitian

Penelitian ini pastinya tidak terlepas dari batasan. Maka dari itu adapun batasan dalam penelitian ini yaitu meneliti strategi promosi menggunakan satu metode analisis yaitu metode analisis SWOT. Sehingga strategi yang dirumuskan terbatas karena strategi yang dilakukan perusahaan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancamannya.



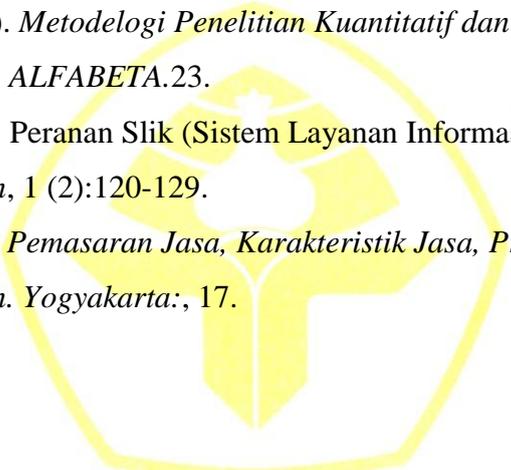
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, L. P. (2019). *Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik: Studi Kasus Di PT.Electrolux Surabaya, Jurnal Administrasi Bisns (JAB) Vol. 67 No. 1.*
- Anjelisa, L. M. (2018). *Analisa Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP) terhadap Keputusan Pembelian Produk BPSmart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangu Manado, Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September, Hal. 4073 – 4082, .*
Retrieved from
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21970>
- Astiti, N. M. (2019). *Analisis Metode SWOT Untuk Strategi Pemasaran Berdasarkan Matriks Internal-Eksternal (IE). Volume 05 Nomor 02 Oktober 2019. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer. Program Studi Sistem Informasi STIKOM Bali. .*
- Dewanty, A. (2022). *Analisis Strategi Personal Selling Pada Aplikasi Mobile Banking Al Maun Di PT. BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. .*
- Hafidz, A. R. (2019). *Analisis MobileBRIS dalam memudahkan transaksi pelanggan Di PT. Bank BRI Syariah Cabang Gerbang Waru”.*
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung, Penerbit Alfabeta. 42.*
- Ilham. (2019). *Pengertian Strategi. Pengertian Promosi Menurut Para Ahli dan Secara Umum Dipetik Februari 12, 2021, .* Retrieved from dari MateriBelajar.co.id: http://materibelajar.co.id/pengertian-promosi/#6_Zimerer_2002
- Ilham. (n.d.). Ilham, M. (2019, May 22). Retrieved from *Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli.*
- Indrasari , M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Retrieved from unitomo press. 2.*
- Keller, K. (2018). *Prinsip- Prinsip Marketing Edisi ke tujuh. Jakarta: Salemba Empat.240*

- Komala, R. (2019). analisis strategi pemasaran menggunakan analisis swot studi pada Eduplex Coworking Space. *Analisis Strategi*. Retrieved from <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/>
- Kurniawan. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan. *Pengaruh Brand Image Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Rivai Palembang*. Retrieved from Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 1(1), 23-37.
- Larasati, D. A. (2019). *Jurnal: Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Malang*. Universitas Negeri Surabaya, *Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2 Nomor 3*. Retrieved from Vol. 4, No. 2. Universitas Methodist Indonesia
- OJK, O. J. (2020). 417. Retrieved from https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/417_Perbankan-4a%20mudah%20dan%20aman%20dengan%20internet%20banking%20dan%20mobile%20banking_2018_small.pdf.
- rahmat. (2019). Ismanto. *Segmentasi Pasar produk mobi honda brio PT. Sangar Laut Selatan*. Skripsi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar Metro .
- Rahmawati, R. (2022). *Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun Di PT. BPRS Riyal Irsyadi*”.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2019). Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jutik/article/view/780/pdf>
- Rohman, M. F. (2019). *Analisis kepuasan nasabah pada kualitas layanan Mobile Banking GPRS Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barat*”.

- Rumalean, K. (2020). *Penerapan promosi pada produk tabungan pendidikan IB BPRS Fajar Sejahtera Bali. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.*
- saleh , m. y., & mia said . (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran.* Makasar: CV Sah Media. 15
- Sudrartono, T. (2019). *Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil.* *Jurnal Ilmiah Manajemen.* Vol. 10, No. 1. *Politeknik Piksi Ganesha.*
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.* Bandung: ALFABETA.23.
- Sumarna. (2019). *Peranan Slik (Sistem Layanan Informasi Keuangan).* *Jurnal Keuangan,* 1 (2):120-129.
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa, Karakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta:, 17.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI