

## STRATEGI OPTIMALISASI PENGGUNAAN SMS BANKING KEPADA NASABAH PADA PT BANK SUMUT KANTOR CABANG SIMPANG KWALA MEDAN

**Benget Tua Simarmata**  
Dosen Politeknik Mandiri Bina Prestasi Medan

### ABSTRACT

SMS Banking merupakan salah satu layanan digital banking yang mulai diminati para nasabah khususnya nasabah yang tidak ingin lagi antri ke cabang. Untuk transaksi-transaksi yang sifatnya standard dan rutin nasabah tidak lagi ke cabang dan mulai menggunakan SMS Banking. Namun demikian masih banyak nasabah enggan menggunakannya dan sulit merubah kebiasaan yang selama ini bertransaksi di Cabang. Bagi PT. Bank Sumut, SMS Banking ini merupakan layanan yang harus disosialisasikan penggunaannya karena harus mengubah kebiasaan nasabah yang selama ini bertransaksi ke cabang. Di samping memperluas layanan, SMS Banking digunakan untuk memperoleh dana murah. Optimalisasi penggunaan SMS Banking pada Bank Sumut Cabang Simpang Kwala Medan berhasil menaikkan jumlah pengguna dan ini sangat baik bagi masa depan bank di mana hampir semua bank sudah menggunakan fasilitas ini guna meningkatkan aktivitas transaksi perbankannya.

**Kata Kunci :** SMS Banking, Mobile Banking, Transaksi, Optimalisasi

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini dunia usaha berkembang pesat seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Jika dibandingkan dengan beberapa tahun silam telah banyak terjadi perubahan-perubahan seperti penggunaan sistem komputerisasi dan sistem *online* melalui jaringan internet hampir pada setiap kegiatan operasional. Nasabah Bank saat ini berasal dari berbagai latar belakang dan rata-rata nasabah tidak punya banyak waktu untuk antri di *Counter Teller* yang terlalu panjang. Melihat hal tersebut pihak bank merasa termotivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh nasabahnya termasuk lewat digital banking.

Penggunaan ponsel saat ini semakin beragam, salah satunya untuk melakukan transaksi perbankan. Layanan transaksi perbankan melalui ponsel dikenal dengan nama *SMS Banking*. *SMS Banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi rekening atau aktivitas perbankan lain melalui layar ponsel. *Short Messaging Service (SMS)* atau dalam bahasa indonesia sering disebut dengan pesan singkat, merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh bank dalam memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam melaksanakan transaksi keuangan.

*SMS Banking* pada dasarnya digunakan untuk mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi tanpa melalui ATM atau

teller. Nasabah dapat melakukan transaksi seperti cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, transfer, dan lainnya dengan menggunakan *SMS Banking*. Meskipun terdengar ketinggalan zaman, namun fitur memberikan kemudahan karena dirasa lebih mudah, cepat, dan praktis. *SMS Banking* memiliki keunggulan dibanding *Internet Banking*, karena tidak membutuhkan jaringan internet terutama bagi nasabah yang ada di desa yang tidak bisa selalu terhubung dengan internet. Karena itu, *SMS Banking* dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet *SMS Banking* juga bisa digunakan oleh para nasabah yang tidak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat, dan praktis.

*SMS Banking* adalah salah satu produk fasilitas *funding* terbaru di Bank SUMUT, dan hampir seluruh bank memiliki. Di tengah persaingan yang sangat kompleks Bank SUMUT berusaha agar fasilitas *SMS Banking* ini digunakan nasabah secara optimal. Untuk itu berbagai cara dilakukan agar *SMS Banking* digunakan oleh nasabah.

#### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini Penulis menetapkan rumusan masalah yaitu : "Bagaimana Strategi Optimalisasi Penggunaan *SMS Banking* pada PT

Bank SUMUT Kantor Cabang Simpang Kwala Medan”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang berdasarkan permasalahan diatas adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan agar pengguna *SMS Banking* meningkat dan agar semua nasabah mau menggunakan *SMS Banking*.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Pengertian Strategi

Menurut **Storner,Jr (1995:3)**, Konsep strategi dapat di definisikan berdasarkan dua persepektif yang berbeda yaitu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan, dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan. Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa manajemen memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.

Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manager yang bersifat kreatif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasti manakala dibutuhkan.

### 2.2 Optimalisasi

**Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia** Optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadi paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif?

### 2.3 Pengertian *SMS Banking*

Menurut Surat Edaran Bank SUMUT No. 046/DDJ-PDJ/SE/2016 mengatakan bahwa Layanan *SMS Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh Pelanggan melalui telepon selularnya dan menggunakan

media *SMS* dan/atau UMB. *SMS Banking* termasuk dalam *digital banking* yang saat ini sedang giat dikembangkan oleh bank-bank. *SMS Banking* dimaksudkan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi yang *standard* melalui *handphone*. Layanan tersebut mungkin *Bill Payment, transfer, Purchase*, dan lain-lain.

### 2.4 Manfaat *SMS Banking*

*SMS Banking* memiliki beberapa manfaat yaitu :

- Memudahkan transfer antara rekening dan pembayaran tagihan dimanapun dan kapanpun selama ada sinyal *provider* seluler.
- Memudahkan pembayaran jika mengadakan transaksi *online* di internet.
- Memudahkan pengecekan saldo terakhir yang ada direkening termasuk bisa melihat 5 list terakhir transaksi aktivitas rekening.
- Memudahkan dalam pembayaran listrik, TELKOM, PAM.

### 2.5 Risiko *SMS Banking*

*SMS Banking* memiliki risiko karena sistem pengiriman pesan melalui *SMS Banking* maka operator seluler akan meneruskan pesan kepada Aplikasi Mobile Banking pihak bank. Dari layanan mobile banking tersebut maka permintaan transaksi akan diteruskan ke server core banking yang berisi informasi akun nasabah. Respon atas *SMS* tersebut kemudian dikirim oleh aplikasi mobile banking kepada penyedia layanan bulk *SMS* (layanan *SMS* massal) yang pada gilirannya meneruskannya kepada pengguna yang valid melalui *SMS Banking*. risiko dari *SMS Banking* adalah sebagai berikut :

1. Penyadapan data  
Hal ini dikarenakan data terekam dari *SMS Banking* seperti PIN nasabah yang digunakan untuk bertransaksi masih tersimpan didalam kotak keluar pesan atau (*SMS outbox*), sehingga jika ada orang lain yang meminjam *handphone* nasabah yang melakukan transaksi dengan *SMS Banking* tersebut maka seseorang tersebut dapat melihat ataupun mengetahui PIN nasabah tersebut.
2. *Handphone* hilang  
Ketika *handphone* nasabah hilang dan *history SMS*nya masih tersimpan di *handphone* tersebut, maka PIN *SMS Banking* milik nasabah tersebut dapat dibobol oleh orang lain. Karena adanya fasilitas *forward* dan kopi *SMS* memberi kemudahan bagi setiap orang yang melakukan pengiriman *SMS* dan pesan yang dikirimkan juga akan dikirimkan pada

nomor milik orang lain. Hal lain yang mengkhawatirkan dari fitur *SMS Banking* ini yaitu salah satunya saat nasabah menggunakan *SMS Banking* untuk bertransaksi tidak adanya respon sama sekali ketika nasabah melakukan perintah *SMS Banking* seperti bertransaksi. Karena biasanya ada 2 kemungkinan saat hal itu terjadi seperti transaksi berhasil atau transaksi gagal. Untuk mengetahui transaksi tersebut berhasil ataupun gagal maka nasabah harus menghubungi *call center* bank tersebut untuk memastikan kebanarannya. Namun terkadang, nasabah sering menggunakan asumsi Seperti mengulang transaksi walau belum diketahui transaksi sebelumnya berhasil atau tidak, sehingga terjadi resiko *dobel* bayar.

## 2.6 Fitur Layanan *SMS Banking*

Menurut Surat Edaran Bank SUMUT Nomor :133/Dir/DLL-PDJ/SE/2015 Fitur layanan *SMS Banking* yang dapat dilakukan melalui layanan ini, antara lain:

Cek saldo,Informasi rekening koran,Info Suku Bunga,Transfer intern Bank,Transfer antar Bank,Pembelian isi ulang Simpati, kartu AS,Pembayaran tagihan kartu Halo,Pembayaran PSTN,Pembayaran speedy,Pemayaran PDAM Tirtanadi ,Pembelian XL Prepaid, XL Postpaid,Pembayaran Telkomvision, Indovision,Pembayaran Aora TV ,Pembayaran uang kuliah USU, POLMED,Pembayaran uang pendaftaran uang masuk calon mahasiswa Polmed,Pembayaran Matrix Postpaid, Pembayaran PLN Postpaid ,Pembelian PLN Prepaid,Pembayaran PLN Nontaglist,Pembelian tiket kereta KAI, *SMS* notifikasi mutasi kredit dan debit (limit ditentukan nasabah)

## 2.7.Kelebihan dan Kekurangan *SMS banking*

Menurut Surat Edaran Bank SUMUT tersebut kelebihan paling utama dari *SMS Banking* ialah bisa melakukan transaksi perbankan cukup dari rumah tanpa harus cari ATM atau datang ke kantor cabang bank. Waktu dan tempat juga lebih leluasa, bisa dilakukan kapan saja 24 jam dan di mana saja asal area tersebut ter-cover sinyal *operator SIM Card* yang digunakan untuk melakukan. Dan tentu saja kartu *SIM* harus memiliki pulsa. *SMS Banking* memiliki fungsi dalam transaksi *non financial* dan *financial*.

Sedangkan Kekurangan pemakaian *SMS Banking* adalah tidak bisa melakukan tarif tunai. Kemudian biaya *SMS Banking* tarifnya lebih

mahal dari pada *SMS* biasa. Dan penggunaan *SMS Banking* sedikit lebih ribet karena harus menghafal format kode perintah yang harus dikirimkan melalui *SMS*.

Adapun beberapa kelemahan *SMS Banking* yaitu : Proses data yang terkadang lambat pada jam-jam tertentu. Karena melibatkan dua *server*, yaitu *server* bank dan *server operator seluler*, maka jika salah satu *server* mengalami perbaikan akan mengganggu dalam proses bertransaksi. Kurang *fleksibel* akibat terbatasnya pengelolaan transaksi keuangan sehingga tidak bisa membuat transaksi keuangan yang banyak dalam waktu sekaligus.

Adapun kelebihan dari penggunaan *SMS Banking* yaitu : Dengan menggunakan *SMS Banking*, nasabah bisa bertransaksi keuangan dengan mudah dan praktis dimana dan kapan saja. Jika dilihat dari sisi keamanan, transaksi keuangan menggunakan *SMS Banking* lebih terjaga karena data-data bisa dengan mudah dihapus, selain itu transaksi ini bebas gangguan *eksternal* seperti mati listrik dan *koneksi internet*.

## 3.HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pembahasan

Merujuk Surat Keputusan Direksi Nomor : 259/Dir/DLL-PEM/SK/2015 tanggal 12 Oktober 2015 Tentang Program Promosi Produk dan Jasa dalam rangka meningkatkan *Fee Based Income* untuk layanan *SMS Banking* Bank SUMUT dengan ini disampaikan Mekanisme Program Peningkatan *User & Transaksi SMS Banking* , sebagai berikut :

- a. Untuk mendukung peningkatan jumlah *user & transaksi SMS Banking* maka
  - i. Bank SUMUT bekerjasama dengan pihak Telkomsel melakukan program :
  - ii. *CS Reward (Racing Customer Service)*
  - iii. *SMS Banking Registrasian Program (Rally Point)*
- b. *Program CS Reward (Racing Customer Service)* adalah Kompetisi antar *Customer Service* untuk peningkatan user dan transaksi *SMS Banking* Nasabah Bank SUMUT yang merupakan Pelanggan Telkomsel.
  - i. Periode Program ada tiga periode
  - ii. Peserta :Seluruh *Customer Service* unit kantor Bank SUMUT (Konvensional & Syariah)
- c. Dengan bekerjasama dengan Telkomsel diharapkan ada peningkatan penjualan yang saling menguntungkan yaitu pemakaian sms Telkomsel yang meningkat karena peningkatan pemakaian *SMS Banking*.

- d. Pemberian hadian hadiah Grand Prize seperti sepeda motor, TV, Kulkas dan lain-lain akan mendorong nasabah untuk selalu menggunakan SMS Banking terutama yang menggunakan Simcard Telkomsel. Pemberian hadiah Foreign Trip (Trip perjalanan ke Luar Negeri) akan merangsang nasabah untuk selalu menggunakan kartu Telkomsel dan SMS Banking
- e. Saat *SMS Banking* launching pada tanggal 31 Januari 2009 layanan *SMS Banking* Bank SUMUT dapat dipasarkan kepada seluruh nasabah bank SUMUT dan masyarakat luas. Adapun target pasar dari layanan *SMS Banking* ini adalah seluruh nasabah Bank SUMUT khususnya yang memiliki kartu ATM. Jadi, dalam penjualan produk ini Bank SUMUT menjelaskan bagaimana prosedur kinerja dari penggunaan layanan *SMS Banking* agar dapat digunakan secara optimal saat ingin melakukan transaksi lewat handphone. Dalam hal ini, jika nasabah ingin mendaftar untuk menjadi nasabah pengguna layanan *SMS Banking* salah satu syaratnya ialah memiliki tabungan Bank SUMUT dan juga kartu ATM. Jika nasabah tidak punya ATM maka, nasabah harus membuka ATM agar dapat menikmati layanan *SMS Banking*. Pihak bank SUMUT dapat menjual 2 produk sekaligus yaitu ATM dan Permohonan pendaftaran layanan *SMS Banking*. dan pihak Bank SUMUT menjalin kerja sama dengan Telkomsel agar nasabah berminat untuk melakukan transaksi pembayaran pada layanan *SMS Banking* dengan mendaftar sebagai pengguna *SMS Banking* dan juga memakai kartu dari pihak Telkomsel seperti kartu HALO, simPATI, dan juga kartu AS.

### 3.2. Strategi Optimalisasi *SMS Banking*

Dalam rangka optimalisasi dalam penggunaan *SMS Banking* pihak PT Bank SUMUT membuat beberapa strategi agar penggunaan *SMS Banking* Bank SUMUT dapat meningkat dan nasabah mengenal *SMS Banking* agar nasabah ingin menggunakan aplikasi *SMS Banking*. beberapa strategi yang dilakukan sebagai berikut:

#### 3.2.1. Membuat kerjasama dengan Telkomsel

Kerjasama yang dijalin PT Bank SUMUT dengan pihak Telkomsel merupakan kerjasama yang dapat mempermudah kegiatan transaksi nasabah. Telkomsel memberikan poin kepada nasabah yang melakukan transaksi lewat

aplikasi *SMS Banking* tersebut. Kemudian poin tersebut akan ditukar dengan beberapa hadiah yang akan diperiode setiap 2 bulannya. Dalam kerjasama ini kedua belah pihak ini saling menguntungkan 1 sama lain, karena dalam penggunaan *SMS Banking* salah satu syaratnya yaitu nasabah pengguna kartu Telkomsel seperti AS, simPATI, dan juga kartu Hallo.

#### 3.2.2. Mengedukasi nasabah

Mengedukasi nasabah maksudnya ialah Customer service Bank SUMUT menjelaskan kepada nasabah yang ingin mendaftar sebagai pengguna *SMS Banking* agar mengetahui bagaimana langkah-langkah penggunaan *SMS Banking* di Bank SUMUT. Dan juga menjelaskan apa saja kelebihan dan juga kelemahan dari penggunaan *SMS Banking* serta membimbing nasabah dalam keamanan saldo nasabah.

#### 3.2.3. Menyebarkan Brosur di Meja Customer

Customer Service Bank SUMUT Simpang Kwala Medan menata *brosur-brosur* di atas meja Customer Service bertugas dan memberikan kepada setiap nasabah yang membuka rekening tabungan dan menjelaskan prosedur penggunaan *SMS Banking* dan manfaat dari *SMS Banking* agar nasabah mau mendaftar sebagai pengguna *SMS Banking*.

#### 3.2.4 Sosialisasi *SMS Banking*

Pihak Bank SUMUT khususnya Customer Service Bank SUMUT akan menjelaskan bagaimana prosedur dari pendaftaran, dan juga penggunaan layanan *SMS Banking* tersebut. Customer Service Bank SUMUT akan menjelaskan kelebihan dari *SMS Banking* seperti nasabah dapat mengakses/melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja lewat handphone nasabah yang nomor handphonnya sudah terdaftar sebagai pengguna layanan *SMS Banking*. Dan ada 2 cara penggunaan *SMS Banking* yaitu dari android dan juga handphone seluler. Namun, *SMS Banking* tidak dapat di akses di handphone android jika nomor handphone yang ada di handphone tersebut bukan nomor yang didaftarkan saat pengisian formulir pendaftaran. Dan dengan adanya kerja sama dengan pihak Telkomsel, Bank SUMUT akan memberikan hadiah kepada nasabah jika banyak melakukan transaksi pada layanan *SMS Banking*. Setiap transaksi dihargai dengan poin. Pemberitahuan akan dikenakan pulsa 550 rupiah per SMS/transaksi. Hadiah yang akan diberikan pihak Bank SUMUT akan diundi sesuai dengan periode yang sudah ditentukan.

#### 3.2.5. Kompetisi Antar Cabang

Dalam mendorong pemakaian SMS Banking ini Bank Sumut juga membuat kompetisi antar Cabang dimana cabang yang berhasil mengumpulkan jumlah nasabah pengguna SMS Banking akan mendapatkan hadiah. Di samping itu peningkatan transaksi SMS Banking juga merupakan alat ukur untuk menilai prestasi cabang dalam penggunaan SMS Banking. Cabang cabang yang berhasil menjuarai diberikan hadiah dan penilaian kinerja yang baik.

### 3.2.6. Tantangan Sosialisasi SMS Banking

Dalam sosialisasi/ saat memasarkan produk *SMS Banking* tidak semua nasabah ingin membuka layanan penggunaan *SMS Banking* tersebut karena sering sekali tergantung dengan asumsi/pemikiran pribadi seperti takut terjadi kehilangan saldo dan juga tidak mengerti cara pengaplikasiannya. Ini sering ditemui pada nasabah yang masih awam yang tidak tahu tentang teknologi sehingga akan semakin sulit jika dijelaskan karena dari dasarnya nasabah tersebut tidak ingin mempersulit diri sendiri padahal dengan adanya layanan *SMS Banking* ini seharusnya nasabah tidak perlu lagi mengantri di bank ataupun di ATM jika ingin melakukan transaksi dan hal ini sering ditemui oleh pihak bank.

## 4. SIMPULAN

Dari hasil penelitian tersebut, dapat dijelaskan Strategi Optimalisasi Penggunaan *SMS Banking* Kepada Nasabah mampu meningkatkan jumlah pengguna *SMS Banking* di PT Bank SUMUT Simpang Kwala Medan yaitu dengan cara memperkenalkan produk *SMS Banking* kepada nasabah dan menjelaskan bagaimana prosedur tata cara penggunaan agar *SMS Banking* dapat digunakan secara Optimal serta menjelaskan manfaat dari penggunaan *SMS Banking*. Strategy yang lain adalah dengan menjalin kerjasama dengan Telkomsel dan penyebaran brosur di meja *Customer Service*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Sumatera Utara, 2016, SE SK Nomor: 046/DDJ-PDJ/SE/2016 tentang *SMS Banking*, Jakarta`
- Bank Sumatera Utara, 2015, SE SK Nomor: 133/Dir/DLL-PDJ/SE/2015 **Fitur Layanan SMS Banking, Jakarta**
- Bank Sumatera Utara, 2007, SE SK Nomor :060/DIR/DTS-PDJ/SE/2007 **Limit Transaksi Layanan SMS Banking**, Jakarta.
- Bank Sumatera Utara, 2015, SE SK Nomor :133/Dir/DLL-PDJ/SE/2015 **Kekurangan dan Kelebihan SMS Banking**, Jakarta.
- Nazir, 2005, **Metode Analisis Data**, Bandung: Alfabet
- Otoritas Jasa Keuangan, 2016, Nomor : 38/POJK.03/2016 **Layanan Perbankan Elektronik (Electronic Banking)**, Jakarta.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/15/PBI/2007, **Teknologi Informasi**, Jakarta
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 14/2/PBI/2012, **Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu**, Jakarta.
- Sugiyono, 2013, **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)**, Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 **Informasi Elektronik**, Jakarta