

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan turunnya jumlah transaksi Mandiri Online, menganalisis penyebab faktor-faktor tersebut dapat terjadi sehingga menjadi penyebab turunnya jumlah transaksi Mandiri Online, serta mengevaluasi implementasi layanan Mandiri Online, dan menyusun solusi perbaikan yang dibutuhkan dari *customer experience* pengguna Mandiri Online untuk dapat meningkatkan jumlah transaksi Mandiri Online. Analisis *customer experience* pengguna *mobile banking* Mandiri Online, studi pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dilakukan melalui penelitian deskriptif kualitatif untuk menggali informasi dan mengumpulkan data secara lebih rinci dari tiga belas (13) informan. Sepuluh (10) informan dari nasabah pengguna Mandiri Online, dua (2) informan berasal dari praktisi *digital banking*, dan satu (1) informan dari akademisi peneliti *digital banking*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor yang menyebabkan turunnya jumlah transaksi Mandiri Online karena Mandiri Online sulit digunakan (tidak *user friendly*) seperti banyaknya tahapan sub menu dan tampilan yang membingungkan, aplikasi Mandiri Online yang lambat dan sering mengalami gangguan pada *login page* dan *fingerprint*, serta fitur aplikasi mandiri online kurang menarik atau tidak sesuai keinginan nasabah. Hal tersebut tercermin dari fitur buka blokir yang masih menyulitkan nasabah, tidak adanya keterangan nama pada mutasi rekening, dan sulit menemukan bukti *history* atau slip transaksi pembayaran. Faktor tersebut disebabkan karena nasabah membutuhkan aplikasi *mobile banking* yang mudah dan *user friendly*, nasabah membutuhkan aplikasi *mobile banking* yang cepat dan handal, dan nasabah membutuhkan aplikasi *mobile banking* dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan.

Upaya yang dapat dilakukan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk untuk dapat meningkatkan jumlah transaksi Mandiri Online adalah dengan cara memberikan program promo baik itu hadiah langsung atau berupa undian, serta menambah fitur yang ada di Mandiri Online dengan tetap memperhatikan kebutuhan konsumen, mempertahankan kecepatan saat digunakan bertransaksi, dan diiringi dengan edukasi penggunaan fitur kepada nasabah. Selain itu juga membuat aplikasi Mandiri Online dibuat lebih mudah dan *user friendly*, dan membuat aplikasi Mandiri Online lebih cepat dan handal.

Kata Kunci: *customer experience, customer behaviour, mobile banking, digital banking, customer centric, customer value*

ABSTRACT

This study aims to identify the factors that cause the decline in the number of Mandiri Online transactions, analyze the causes of these factors that can cause the decrease in the number of Mandiri Online transactions, as well as evaluate the implementation of Mandiri Online services, and compile the necessary improvement solutions from the user's customer experience to increase the number of Mandiri Online transactions. Analysis of the customer experience of Mandiri Online mobile banking users, a study at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk was conducted through qualitative descriptive research to explore information and collect data in more detail from thirteen (13) informants. Ten (10) informants are from Mandiri Online user customers, two (2) informants are from digital banking practitioners, and one (1) informant is from digital banking research academics.

The results of this study found factors that caused the decrease in the number of Mandiri Online transactions were because Mandiri Online was difficult to use (not user friendly) such as the many sub-menu stages and confusing displays, the slow Mandiri Online application and frequent problems with login pages and fingerprints, and features. Mandiri online application is less attractive or not according to customer needs. This is reflected in the unblock feature which still makes it difficult for customers, the absence of name information on account mutations, and difficulty finding historical evidence or payment transaction slips. This factor is because customers need a mobile banking application that is easy to use and user friendly, customers need a mobile banking application that is fast and reliable, and customers need a mobile banking application with features that suit their needs and are profitable.

To increase the number of Mandiri Online transactions, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk can provide promotional programs, adding features in Mandiri Online according to consumer needs, also maintain speed Mandiri Online when used for transactions, and provide education how to use features Mandiri Online to customers. Last, it also makes the Mandiri Online application easy to use and user friendly and makes the Mandiri Online application faster and more reliable.

Keywords: customer experience, customer behavior, mobile banking, digital banking, customer-centric, customer value.