



ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) PADA APLIKASI JAKONE MOBILE BANK DKI

Clara Karmelia Maharani ¹⁾; Ranila Suciati^{2)*}

¹⁾ *clarakarmeliaa@gmail.com, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*

²⁾ *ranila@upnvj.ac.id, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*

*)Penulis Korespondensi

Abstract

This study aims to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of the JakOne Mobile application and formulate optimal growth strategies. The research employs a quantitative method, collecting primary data from 40 respondents, predominantly aged 20-22 years. The questionnaire used has been tested for validity and reliability to ensure data accuracy. The analysis shows that JakOne Mobile's main strengths are its flexibility, ease of use, and cost efficiency. However, the application also has weaknesses, such as less appealing interface variety and security issues that need attention. The greatest opportunities for JakOne Mobile are the changing lifestyles of society increasingly adopting new technologies and the rapidly accelerating trend of digitalization. Conversely, the main threats come from competition with other advanced technologies and the increasing cases of data theft that can undermine user trust. Based on these findings, the recommended growth strategies include leveraging existing strengths and opportunities to strengthen its competitive position in the Mobile Banking market. The primary focus is on improving application features and enhancing data security to meet user needs and expectations. Thus, this study provides valuable guidance for JakOne Mobile in enhancing its competitive position and maximizing its potential in the increasingly competitive Mobile Banking market.

Keywords: *Data Security, Growth Strategy, SWOT Analysis, TAM Theory*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari aplikasi JakOne Mobile serta merumuskan strategi pertumbuhan yang optimal. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data primer dari 40 responden yang mayoritas berusia 20-22 tahun. Kuesioner yang digunakan telah diuji *validitas* dan *reliabilitasnya* untuk memastikan keakuratan data. Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama JakOne Mobile terletak pada fleksibilitas, kemudahan penggunaan, dan efisiensi biaya yang ditawarkannya. Namun, aplikasi ini juga memiliki kelemahan, seperti variasi tampilan yang kurang menarik dan masalah keamanan yang perlu diperhatikan. Peluang terbesar bagi JakOne Mobile adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengadopsi teknologi baru dan tren digitalisasi yang semakin pesat. Di sisi lain, ancaman utama berasal dari persaingan dengan teknologi canggih lainnya serta peningkatan kasus pencurian data yang dapat mengganggu kepercayaan pengguna. Berdasarkan temuan tersebut, strategi pertumbuhan yang direkomendasikan mencakup pemanfaatan kekuatan dan peluang yang ada untuk memperkuat posisi kompetitif di pasar *Mobile Banking*. Fokus utama adalah pada peningkatan fitur-fitur aplikasi dan penguatan keamanan data untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Dengan demikian, penelitian ini memberikan panduan yang berharga bagi JakOne Mobile dalam upaya meningkatkan posisi kompetitif dan memaksimalkan potensinya di pasar *Mobile Banking* yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Keamanan Data, Strategi Pertumbuhan, Teori TAM

PENDAHULUAN

Syata et al. (2023) mengemukakan bahwa bank umum adalah institusi keuangan yang menjalankan kegiatan usaha baik secara konvensional maupun syariah. Tugas utama bank umum adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lain guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank umum juga menyediakan berbagai layanan perbankan, termasuk penyimpanan, pembayaran, dan pemberian pinjaman kepada masyarakat luas. Menurut Febrilia (2021), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali, serta menyelenggarakan jasa perbankan lainnya. Produk tabungan adalah salah satu produk perbankan yang paling umum digunakan karena memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menyimpan uang mereka dengan aman sambil memperoleh bunga dari saldo yang disimpan.



Laporan keuangan dan tahunan DKI (2024) mengemukakan bahwa PT Bank DKI merupakan contoh bank umum yang juga merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Didirikan pada 11 April 1961, Bank DKI memiliki sejarah panjang sebagai bank pembangunan daerah pertama di Indonesia dan terus berkembang seiring waktu. Bank DKI yang awalnya bernama PT Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya, kini memiliki visi untuk menjadi "bank pilihan Jakarta yang maju dan sejahtera," menunjukkan komitmen mereka untuk melayani masyarakat Jakarta dengan lebih baik. Dalam rangka meningkatkan layanannya, Menurut laporan keuangan dan tahunan Bank DKI (2023), bank DKI telah meluncurkan aplikasi *JakOne Mobile*, sebuah aplikasi *Mobile Banking* dan *e-wallet* yang memudahkan transaksi keuangan sehari-hari tanpa harus datang ke bank. *JakOne Mobile*, yang dilengkapi dengan berbagai fitur seperti transfer dana, pembayaran, dan cek saldo, telah diunduh oleh 2,23 juta pengguna pada akhir tahun 2023, menunjukkan pertumbuhan pengguna yang signifikan. Peningkatan jumlah pengguna aplikasi *JakOne Mobile* merupakan bukti dari kinerja Bank DKI yang berkualitas dan berkelanjutan. Pengembangan fitur layanan pada aplikasi ini, termasuk penggunaan teknologi biometrik untuk meningkatkan keamanan transaksi, mencerminkan upaya Bank DKI untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Penghargaan yang diterima Bank DKI, seperti "The 3rd Best Overall BPD" dalam Pelayanan Prima pada acara *21st Banking Service Excellence 2024*, menunjukkan pengakuan atas upaya bank dalam mengembangkan teknologi digital untuk layanan perbankan.

Akbar et al. (2023) & Putra (2019) mengemukakan bahwa dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, penting bagi Bank DKI untuk terus berinovasi dan berkolaborasi dan melakukan analisis SWOT lebih lanjut terkait aplikasi *JakOne Mobile*. Analisis SWOT adalah metode yang berguna untuk menentukan strategi, termasuk strategi untuk aplikasi *JakOne*. Analisis SWOT, yang mencakup analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, merupakan alat yang penting untuk membantu bank memahami dan mengatasi berbagai tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada. Melalui analisis SWOT, bank dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kesuksesan jangka panjang. Menurut Hill & Westbrook (1997), memahami lingkungan bisnis adalah esensi dari merumuskan strategi dan proses perencanaan. Proses ini dapat difasilitasi dengan menggunakan analisis SWOT, yang berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai lingkungan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi aplikasi *JakOne Mobile*. Tujuannya adalah untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi aplikasi tersebut. Selain itu, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi yang bisa diterapkan oleh Bank DKI untuk mengoptimalkan potensi aplikasi dan memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Model Penerimaan Teknologi

Davis (1986) mengemukakan bahwa teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 adalah salah satu teori paling berpengaruh dalam memahami penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Davis et al. (1989), teori ini didasarkan pada dua variabel utama: persepsi kegunaan (*perceived usefulness, PU*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use, PEOU*), yang keduanya mempengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi baru. Menurut Davis et al. (1989), PU mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, sedangkan PEOU mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha yang keras.



Chong et al. (2010) & Park (2009) mengemukakan bahwa dalam konteks digitalisasi, TAM telah digunakan secara luas untuk menganalisis penerimaan teknologi dalam berbagai domain, termasuk sistem informasi manajemen, *e-commerce*, *e-learning*, dan *Mobile Banking*. Menurut Chong et al. (2010) menggunakan TAM untuk mengeksplorasi penerimaan *e-commerce* di antara usaha kecil dan menengah di Malaysia, menemukan bahwa PU dan PEOU secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-commerce*. Menurut Park (2009), demikian pula, mengaplikasikan TAM untuk mengukur penerimaan *e-learning* di kalangan mahasiswa, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut adalah prediktor kuat terhadap niat untuk menggunakan *e-learning*.

Aplikasi Mobile Perbankan

Luarn & Lin (2005) mengemukakan bahwa aplikasi *Mobile* perbankan telah mengubah cara bank beroperasi dan berinteraksi dengan nasabahnya, menawarkan kemudahan akses ke layanan perbankan kapan saja dan di mana saja. Dengan aplikasi *Mobile*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo tanpa perlu mengunjungi cabang fisik bank, yang meningkatkan kenyamanan dan efisiensi. Menurut Shaikh & Karjaluo (2015), teknologi ini memungkinkan bank untuk memberikan layanan yang lebih responsif dan mengurangi biaya operasional, sementara nasabah mendapatkan fleksibilitas dalam mengelola keuangan mereka. Namun, keamanan data menjadi tantangan utama dalam adopsi aplikasi *Mobile* perbankan. Aplikasi ini rentan terhadap berbagai ancaman siber seperti *phishing*, *hacking*, dan *malware*, yang dapat membahayakan data pribadi dan finansial nasabah. Bank harus berinvestasi dalam teknologi keamanan yang canggih dan menerapkan langkah-langkah proteksi yang ketat untuk melindungi data nasabah dan menjaga kepercayaan mereka. Upaya untuk meningkatkan keamanan ini sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah merasa aman dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Gu et al. (2009) mengemukakan bahwa faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan aplikasi *Mobile* perbankan adalah kemudahan penggunaan. Penelitian menunjukkan bahwa antarmuka pengguna yang *intuitif* dan *user-friendly* dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan aplikasi ini. Bank harus memastikan bahwa aplikasi mereka mudah digunakan dan menawarkan pengalaman pengguna yang baik untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Dengan terus mengembangkan dan meningkatkan teknologi serta memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, bank dapat memaksimalkan potensi aplikasi *Mobile* perbankan dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengguna.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang sangat ampuh untuk menjalankan analisis strategis yang mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Dimulai dari kekuatan (*strengths*), analisis ini mengidentifikasi sumber daya, keterampilan, atau kemampuan yang memberikan perusahaan keunggulan kompetitif di pasar. Misalnya, perusahaan perbankan dapat memanfaatkan layanan teknologi tinggi atau memiliki jaringan cabang yang luas sebagai kekuatan utama mereka. Kekuatan ini tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif tetapi juga membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif. Selanjutnya, kelemahan (*weaknesses*) mengacu pada kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya perusahaan yang dapat menghalangi pencapaian kinerja yang maksimal. Misalnya, kekurangan dalam manajemen yang efisien, keterbatasan keuangan, atau teknologi yang usang dapat menjadi kelemahan yang signifikan bagi perusahaan. Mengidentifikasi kelemahan ini memungkinkan perusahaan untuk mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan guna meminimalkan dampak negatif terhadap operasional dan kinerja mereka.

Peluang (*opportunities*) merupakan keadaan *eksternal* yang menguntungkan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk pertumbuhan dan keuntungan lebih lanjut. Peningkatan



teknologi, perubahan dalam preferensi konsumen, atau ekspansi pasar internasional adalah contoh peluang yang dapat diambil oleh perusahaan perbankan. Dengan mengidentifikasi peluang ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang memungkinkan mereka untuk memaksimalkan manfaat dari kondisi *eksternal* yang positif.

Ancaman (*threats*) adalah kondisi *eksternal* yang dapat menghambat atau merugikan perusahaan. Ancaman ini bisa datang dari perubahan regulasi pemerintah, munculnya pesaing baru, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil. Mengidentifikasi ancaman ini penting agar perusahaan dapat mengembangkan strategi mitigasi untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin ditimbulkan. Menurut Justyn (2020) contohnya, perusahaan perbankan mungkin perlu menyesuaikan kebijakan dan prosedur mereka untuk tetap mematuhi regulasi baru yang lebih ketat.

Rangkuti (2017) mengemukakan bahwa Matriks SWOT adalah alat yang membantu perusahaan dalam menyusun faktor-faktor strategis untuk merumuskan empat jenis strategi utama: SO (*Strength-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strength-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*). Strategi SO bertujuan menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang, sementara strategi WO berfokus pada memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada. Strategi ST menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, sedangkan strategi WT berfokus pada meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan perbankan dapat mengembangkan rencana tindakan yang komprehensif untuk meningkatkan kinerja mereka dan mencapai tujuan jangka panjang.

METODE

Thufailah (2023) mengemukakan bahwa penelitian ini menggunakan data primer yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari suatu objek penelitian. Menurut Thufailah Dalam penelitian ini, analisis SWOT diterapkan pada aplikasi *Mobile Banking* JakOne yang dimiliki oleh PT Bank DKI. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan selama tiga bulan, dari bulan April hingga Juni, dengan total 40 responden. Data primer ini diperoleh langsung dari nasabah aplikasi JakOne *Mobile* untuk memberikan wawasan mendalam tentang fitur dan performa aplikasi.

Untuk mengumpulkan data, digunakan kuesioner online yang disebarakan melalui Google Form. Menurut Sugiono (2019), teknik ini memungkinkan pengumpulan informasi dari responden dalam jumlah besar dengan efisiensi waktu yang tinggi. Menurut Adnyana (2021), sampel dalam penelitian ini terdiri dari 40 nasabah JakOne *Mobile*, yang dipilih sebagai subjek penelitian untuk mendapatkan representasi yang cukup dari pengguna aplikasi. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan informasi terkait berbagai aspek dari aplikasi, termasuk pengalaman pengguna, kepuasan, dan area yang perlu perbaikan.

Data jawaban dari responden dianalisis menggunakan skala Likert untuk menilai pendapat dan sikap responden terhadap aspek-aspek aplikasi *Mobile Banking*. Skala Likert yang digunakan mencakup lima tingkat penilaian: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS), yang memungkinkan analisis kuantitatif dan interpretasi yang jelas terhadap data yang dikumpulkan. Skala ini membantu dalam mengukur sikap dan pandangan individu mengenai fitur dan layanan aplikasi secara sistematis, memberikan gambaran yang komprehensif tentang penerimaan dan kebutuhan pengguna.

Thufailah (2023) mengemukakan bahwa proses pengolahan data dalam analisis SWOT dibagi menjadi tiga tahap utama. Pertama, data yang diperoleh dikategorikan dalam matriks



Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan *External Factors Analysis Summary (EFAS)*, yang memetakan kekuatan dan kelemahan *Internal* serta peluang dan ancaman *eksternal*. Selanjutnya, diagram kartesius digunakan untuk mengevaluasi dan mengukur posisi relatif dari faktor-faktor tersebut, membantu dalam visualisasi dan pemahaman strategi yang perlu diterapkan. Akhirnya, matriks SWOT digunakan untuk mengintegrasikan hasil analisis dan merumuskan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang berfungsi untuk merumuskan strategi yang optimal dan mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang perlu diambil untuk meningkatkan kinerja aplikasi *JakOne Mobile*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari 40 responden yang memenuhi kriteria berikut: Pertama, mayoritas pengguna *JakOne Mobile* berada dalam rentang usia 20-22 tahun, mencakup 45% dari total responden, sedangkan usia 17-19 tahun mengikuti dengan persentase 30%. Kedua, responden mulai menggunakan *Mobile Banking JakOne Mobile* dari tahun 2022 hingga 2024, dengan peningkatan penggunaan yang signifikan terjadi pada tahun 2024, di mana 30% responden mulai menggunakan aplikasi tersebut pada tahun tersebut. Ketiga, frekuensi transaksi menunjukkan bahwa 97% responden melakukan transaksi lebih dari dua kali. Keempat, mengenai jenis kelamin, 70% responden adalah perempuan, sedangkan 30% lainnya adalah laki-laki. Terakhir, sebagian besar responden berdomisili di Depok, dengan persentase mencapai 52%. Data ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai profil pengguna *JakOne Mobile* dalam penelitian ini..

Uji Kualitas Data

Pada tahap uji kualitas data, kuesioner dibuat dari setiap variabel SWOT untuk memfasilitasi tahap awal analisis SWOT dan pengambilan keputusan. Berikut tabel indikator yang diberikan kepada responden untuk membentuk variabel SWOT.

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal

No	Kekuatan	No	Kelemahan
S1	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> sangat fleksibel	W1	Tampilan pada aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang terlalu bervariasi, yang membuat masyarakat sulit menggunakannya
S2	<i>JakOne Mobile</i> sangat mudah dipelajari	W2	Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang masih belum dikenal secara luas
S3	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti	W3	Bagi nasabah pensiunan, merasa sulit menggunakan aplikasi <i>JakOne Mobile</i>
S4	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> dapat mengefisiensi waktu yang di butuhkan	W4	Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> masih sering lambat, terutama di hari libur
S5	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> dapat mengefisiensi biaya yang di butuhkan	W5	Bahaya akan adanya penyusup serta keamanan
S6	<i>JakOne Mobile</i> menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat	W6	Kepercayaan pengguna untuk kemananan dalam menggunakan <i>JakOne Mobile</i> yang rendah
S7	Banyak fitur yang membedakan <i>JakOne Mobile</i>		



dengan platform *M-Banking* lainnya

- S8 Kecepatan pemberian informasi produk yang dibutuhkan
- S9 Memberikan kepuasan nasabah saat penggunaan *Mobile Banking* JakOne *Mobile*
- S10 Keinginan merekomendasikan Aplikasi JakOne *Mobile* kepada pihak lain.

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 2. Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal

No	Peluang	No	Ancaman
O1	Perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini	T1	Berbagai jenis pesaing dengan teknologi yang lebih canggih
O2	Adanya penerapan teknologi baru yang menyertai perkembangan Teknologi Informasi (IT)	T2	Banyaknya jenis produk serupa yang menawarkan berbagai macam keunggulan
O3	Mayoritas daerah DKI Jakarta adalah kekuatan yang besar	T3	Tingkat kejahatan pencurian data yang semakin tinggi

Sumber: Data diolah (2024)

Keterangan: Pernyataan pada tabel 2 dan tabel 3 merupakan pernyataan sebelum melakukan perhitungan uji *validitas* dan *reliabilitas* data. Pemberian nilai *rating* pada tabel pernyataan mengacu pada keterangan berikut:

Skala 1 = Jika responden sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut

Skala 2 = Jika responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut

Skala 3 = Jika responden memiliki sikap netral terhadap pernyataan tersebut

Skala 4 = Jika responden setuju dengan pernyataan tersebut

Skala 5 = Jika responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut

Uji *Validitas*

Uji *validitas* bertujuan untuk memastikan apakah data yang diperoleh dari responden *valid* atau tidak, sementara uji *reliabilitas* mengukur sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Uji *validitas* dan *reliabilitas* dilakukan dengan melibatkan 40 sampel responden, nilai *r* tabel dengan taraf signifikan 5%, adalah 0,304. Jika *r*-hitung > *r*-tabel maka pertanyaan di nilai *valid*. Berikut di bawah hasil uji *validitas* dengan menggunakan MS. Excel.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji *Validitas*

No. Soal Pernyataan	Pertanyaan	r-hitung	r- table	Keterangan
S1	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> sangat fleksibel	0,668	0,304	Valid
S2	JakOne <i>Mobile</i> sangat mudah dipelajari	0,502	0,304	Valid
S3	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti	0,650	0,304	Valid



No. Soal Pernyataan	Pertanyaan	r-hitung	r- table	Keterangan
S4	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> dapat mengefisiensi waktu yang di butuhkan	0,498	0,304	Valid
S5	Penggunaan <i>JakOne Mobile</i> dapat mengefisiensi biaya yang di butuhkan	0,561	0,304	Valid
S6	<i>JakOne Mobile</i> menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat	0,545	0,304	Valid
S7	Banyak fitur yang membedakan <i>JakOne Mobile</i> dengan palform <i>M-Banking</i> lainnya	0,659	0,304	Valid
S8	Kecepatan pemberian informasi produk yang dubutuhkan	0,397	0,304	Valid
S9	Memberikan kepuasan nasabah saat penggunaan <i>Mobile Banking</i> <i>JakOne Mobile</i>	0,591	0,304	Valid
S10	Keinginan merekomendasikan Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> kepada pihak lain.	0,523	0,304	Valid
W1	Tampilan pada aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang terlalu bervariasi, yang membuat masyarakat sulit menggunakannya	0,642	0,304	Valid
W2	Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang masih belum dikenal secara luas	0,622	0,304	Valid
W3	Bagi nasabah pensiunan, merasa sulit menggunakan aplikasi <i>JakOne Mobile</i>	0,495	0,304	Valid
W4	Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> masih sering lambat, terutama di hari libur	0,659	0,304	Valid
W5	Bahaya akan adanya penyusup serta keamanan	0,651	0,304	Valid
W6	Kepercayaan pengguna untuk kemananan dalam menggunakan <i>JakOne Mobile</i> yang rendah	0,663	0,304	Valid
O1	Perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini	0,698	0,304	Valid
O2	Adanya penerapan teknologi baru yang menyertai perkembangan Teknologi Informasi (IT)	0,475	0,304	Valid
O3	Mayoritas daerah DKI Jakarta adalah kekuatan yang besar	0,673	0,304	Valid



No. Soal Pernyataan	Pertanyaan	r-hitung	r- table	Keterangan
T1	Berbagai jenis pesaing dengan teknologi yang lebih canggih	0,637	0,304	Valid
T2	Banyaknya jenis produk serupa yang menawarkan berbagai macam keunggulan	0,486	0,304	Valid
T3	Tingkat kejahatan pencurian data yang semakin tinggi	0,770	0,304	Valid

Dilihat dari tabel 3 maka seluruh pernyataan dinyatakan valid dan dipergunakan pada perhitungan selanjutnya.

Uji Realibilitas

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam kuesioner dapat diandalkan dan memberikan informasi yang konsisten dari waktu ke waktu, serta dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data, perlu dilakukan uji *reliabilitas* terhadap jawaban para responden. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden tetap konsisten dari waktu ke waktu. Berikut adalah hasil uji *reliabilitas* yang dilakukan menggunakan Ms. Excel.

Tabel 4. Reliabilitas Statistik

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.911	22

Dapat disimpulkan bahwa uji *reliabilitas* menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,911 atau 91,1%. Berdasarkan kriteria, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 60%, maka kuesioner atau indikator tersebut dianggap reliabel. Oleh karena itu, tabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 91,1% > 60% dinyatakan reliabel. Setelah melakukan uji *validitas* dan *reliabilitas*, langkah selanjutnya adalah menghitung jawaban untuk setiap *rating* menggunakan skala Likert 1-5 dalam penelitian ini. Berikut adalah data hasil kuesioner dan pemberian *rating* untuk faktor internal dan eksternal.

Tabel 5. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Internal

No	Kekuatan	Rating				
		1	2	3	4	5
1	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> sangat fleksibel	0	0	2	14	21
2	JakOne <i>Mobile</i> sangat mudah dipelajari	0	0	1	24	12
3	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti	0	0	2	13	22
4	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi waktu yang dibutuhkan	0	0	3	18	16
5	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi biaya yang dibutuhkan	0	0	3	20	14
6	JakOne <i>Mobile</i> menyediakan fasilitas transaksi yang dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0	0	2	19	16
7	Banyak fitur yang membedakan JakOne <i>Mobile</i> dengan Platform M-Banking lainnya	0	1	3	15	18



8 Kecepatan pemberian informasi produk yang di butuhkan	0	1	5	16	15
9 Memberikan kepuasan nasabah saat penggunaan <i>Mobile Banking JakOne Mobile</i>	0	0	3	17	17
10 Keinginan merekomendasikan aplikasi <i>JakOne Mobile</i> kepada pihak lain	0	1	2	24	10

No	Kelemahan	Rating				
		1	2	3	4	5
1 Tampilan pada aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang terlalu bervariasi, yang membuat Masyarakat sulit menggunakannya		0	4	6	15	13
2 Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> yang masih belum dikenal secara luas		0	1	8	15	13
3 Bagi nasabah pensiunan, merasa sulit menggunakan aplikasi <i>JakOne Mobile</i>		0	0	5	19	14
4 Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> masih sering lambat, terutama di hari libur		0	5	5	11	16
5 Bahaya akan adanya penyusup keamanan		0	1	0	9	17
6 Kepercayaan pengguna untuk keamanan menggunakan <i>JakOne Mobile</i> masih rendah		0	4	7	16	11

Tabel 6. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian *Rating* Dari Faktor *Eksternal*

No	Peluang	Rating				
		1	2	3	4	5
1 Perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini		0	0	4	15	18
2 Adanya penerapan teknologi yang menyertai perkembangan teknologi informasi (IT)		0	0	2	17	18
3 Nasabah daerah DKI Jakarta adalah kekuatan yang sangat besar		0	0	4	16	17
No	Peluang	Rating				
		1	2	3	4	5
1 Berbagai jenis pesaing dengan teknologi yang lebih canggih		0	3	4	18	12
2 Banyaknya jenis produk serupa yang menawarkan berbagai macam produk serupa		0	0	3	18	16

Hasil Uji Model

Perhitungan Bobot Faktor Internal

Faktor *Internal* yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor *Internal*.



Perhitungan Bobot Faktor Internal

Kekuatan dan kelemahan yang merupakan faktor *Internal* dari lingkungan perusahaan dihitung berdasarkan tingkat kepentingannya atau perlakuannya berdasarkan skala 0,00 (tidak penting) hingga 1,00 (sangat penting). Hal ini memastikan bahwa bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Bobot faktor *Internal* ditentukan dari dengan menjumlahkan setiap masing-masing *rating* dari masing-masing pertanyaan dan membaginya dengan total pengolahan data faktor *Internal* kuesioner. Berikut merupakan tabel perhitungan bobot faktor *Internal*:

Tabel 7. Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan	Pengolahan Data kuesioner	Bobot
1	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> sangat fleksibel	181	0,067
2	JakOne <i>Mobile</i> sangat mudah dipelajari	171	0,063
3	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti	180	0,066
4	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi waktu yang dibutuhkan	175	0,065
5	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi biaya yang dibutuhkan	173	0,064
6	JakOne <i>Mobile</i> menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	175	0,065
7	Banyak fitur yang membedakan JakOne <i>Mobile</i> dengan platform M-Banking lainnya	175	0,065
8	Kecepatan pemberian informasi produk yang dibutuhkan	168	0,062
9	Memberikan kepuasan nasabah saat penggunaan <i>Mobile Banking</i> JakOne <i>Mobile</i>	175	0,065
10	Keinginan merekomendasikan Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> kepada pihak lain.	167	0,062
Total	Kekuatan	1,740	0,642
No	Kelemahan	Pengolahan Data kuesioner	Bobot
1	Tampilan pada aplikasi JakOne <i>Mobile</i> yang terlalu bervariasi, yang membuat masyarakat sulit menggunakannya	158	0,058
2	Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> yang masih belum dikenal secara luas	165	0,061
3	Bagi nasabah pensiunan, merasa sulit menggunakan aplikasi JakOne <i>Mobile</i>	169	0,062
4	Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> masih sering lambat, terutama di hari libur	162	0,060
5	Bahaya akan adanya penyusup serta keamanan	164	0,060



6	Kepercayaan pengguna untuk keamanan dalam menggunakan JakOne <i>Mobile</i> yang masih rendah	154	0,057
Total	Kelemahan	972	0,302
Total	Faktor <i>Internal</i>	2.712	0,943

Sumber : Data diolah (2024)

Perhitungan Bobot Faktor *Eksternal*

Saat menghitung bobot faktor *eksternal* yang berasal dari luar lingkungan perusahaan, di mana harus menempatkan bobot tersebut, tergantung pada kepentingan dan perlakuannya, pada skala 0,00 (tidak penting) hingga 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Bobot faktor *eksternal* ditentukan dari dengan menjumlahkan setiap masing-masing *rating* dari masing-masing pertanyaan dan membaginya dengan total pengolahan data faktor *eksternal* kuesioner. Berikut merupakan tabel perhitungan bobot faktor *eksternal*:

Tabel 8. Perhitungan Bobot Faktor *Eksternal*

No	Peluang	Pengolahan Data kuesioner	Bobot
1	Perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini	176	0,173
2	Adanya penerapan teknologi yang menyertai perkembangan teknologi informasi (IT)	177	0,174
3	Mayoritas daerah DKI Jakarta adalah kekuatan yang sangat besar	174	0,171
Total	Peluang	527	0,519
No	Ancaman	Pengolahan Data kuesioner	Bobot
1	Berbagai jenis pesaing dengan teknologi yang lebih canggih	162	0,159
2	Banyaknya jenis produk serupa yang menawarkan berbagai macam Keunggulan	174	0,171
3	Tingkat kejahatan pencurian data semakin tinggi	153	0,151
Total	Ancaman	489	0,481
Total	Faktor <i>Eksternal</i>	1,016	1,000

Sumber : Data diolah (2024)

Perhitungan Matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

Suciati et al. (2021) mengemukakan bahwa perhitungan matriks IFAS adalah perhitungan untuk menentukan bobot, *rating*, dan skor yang dimana jumlah bobotnya tidak melebihi 1,00 dan menghitung nilai *rating* setiap faktor dengan skala 1 (tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Bobot untuk faktor *internal* ditentukan dengan menjumlahkan setiap



rating pada setiap pertanyaan dan membaginya dengan total data yang dikumpulkan untuk faktor *internal* dalam kuesioner. Perhitungan *rating* untuk faktor kekuatan-peluang dilakukan dengan membagi jumlah *rating* jawaban responden dengan jumlah responden. Setelah itu, skor untuk faktor kekuatan dihitung dari perkalian antara bobot dan *rating*. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matriks IFAS.

Tabel 9. Perhitungan Matriks *Internal Strategic Factor Analisis Summary (IFAS)*

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> sangat fleksibel	0,067	4,5	0,30
2	JakOne <i>Mobile</i> sangat mudah dipelajari	0,063	4,3	0,27
3	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti	0,066	4,5	0,30
4	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi waktu yang di butuhkan	0,065	4,4	0,28
5	Penggunaan JakOne <i>Mobile</i> dapat mengefisiensi biaya yang di butuhkan	0,064	4,3	0,28
6	JakOne <i>Mobile</i> menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0,065	4,4	0,28
7	Banyak fitur yang membedakan JakOne <i>Mobile</i> dengan platform <i>M-Banking</i> lainnya	0,065	4,4	0,28
8	Kecepatan pemberian informasi produk yang dibutuhkan	0,062	4,2	0,26
9	Memberikan kepuasan nasabah saat penggunaan <i>Mobile Banking</i> JakOne <i>Mobile</i>	0,065	4,4	0,28
10	Keinginan merekomendasikan Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> kepada pihak lain.	0,062	4,2	0,26
	Total Kekuatan	0,642	43,5	2,793
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Tampilan pada aplikasi JakOne <i>Mobile</i> yang terlalu bervariasi, yang membuat masyarakat sulit menggunakannya	0,058	4,0	0,23
2	Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> yang masih belum dikenal secara luas	0,061	4,1	0,25
3	Bagi nasabah pensiunan, merasa sulit menggunakan aplikasi JakOne <i>Mobile</i>	0,062	4,2	0,26
4	Aplikasi JakOne <i>Mobile</i> masih sering lambat, terutama di hari libur	0,060	4,1	0,24
5	Bahaya akan adanya penyusup serta keamanan	0,060	4,1	0,25
6	Kepercayaan pengguna untuk keamanan dalam menggunakan JakOne <i>Mobile</i> yang masih rendah	0,057	3,9	0,219
Total	Kelemahan	0,302	24,3	1,453
Total	Faktor Internal (IFAS)	0,943	67,8	4,245

Sumber : Data diolah (2024)



Perhitungan Matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS)

Pada Perhitungan matrik EFAS tentunya sama dengan matrik IFAS yang dimana sebagai untuk menentukan bobot, *rating* dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, kemudian menghitung nilai *rating* setiap faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut merupakan tabel hasil perhitungan matriks EFAS:

Tabel 10. Perhitungan Matriks *Eksternal Strategic Factor Analisis Summary* (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini	0,173	4,4	0,76
2	Adanya penerapan teknologi yang menyertai perkembangan teknologi informasi (IT)	0,174	4,4	0,77
3	Mayoritas daerah DKI Jakarta adalah kekuatan yang sangat besar	0,171	4,4	0,74
Total	Peluang	0,519	13,2	2,278
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Berbagai jenis pesaing dengan teknologi yang lebih canggih	0,159	4,1	0,65
2	Banyaknya jenis produk serupa yang menawarkan berbagai macam keunggulan	0,171	4,4	0,74
3	Tingkat kejahatan pencurian data semakin tinggi	0,151	3,8	0,58
Total	Ancaman	0,481	12,2	1,967
Total	Faktor <i>Eksternal</i> (EFAS)	1,000	25,4	4,245

Sumber : Data diolah (2024)

Bobot untuk faktor *eksternal* ditentukan dengan menjumlahkan *rating* pada setiap pertanyaan dan membaginya dengan total data yang ada untuk faktor *eksternal* dalam kuesioner. Perhitungan *rating* untuk faktor kekuatan-peluang dilakukan dengan membagi total *rating* jawaban responden dengan jumlah responden. Skor untuk faktor kekuatan dihitung dari hasil perkalian antara bobot dan *rating*.

Menurut Tabel 4.7 diatas faktor-faktor kekuatan (*strengths*) yang mendapatkan nilai skor sebesar 2,793, dan pada faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mendapatkan nilai skor sebesar 1,453. Sehingga pada aplikasi JakOne Mobile mendapatkan *Strengths* yang lebih tinggi dibandingkan dengan *weaknesses* ketika menghasilkan strategi bersaingnya. Kemudian menurut Tabel 4.8 diatas faktor *opportunities* mendapatkan nilai dengan skor sebesar 2,278, dan pada faktor *threats* mendapatkan nilai skor sebesar 1,967, yang artinya dalam menentukan upaya strategi bersaing pada aplikasi JakOne Mobile menghasilkan *Opportunities* yang lebih besar dibandingkan dengan *Threats* yang akan timbul. Menurut rangkaian skor yang tertera, dapat ditata suatu matriks rekap skor faktor *Internal* dan faktor *eksternal* sebagai berikut :

Tabel 11. Rekap Skor IFAS dan EFAS

Skor <i>Internal</i>	Skor <i>Eksternal</i>	Pilihan Strategi
S > W (+) 2,793 > 1,453	O > T (+) 2,278 > 1,967	GROWTH

Sumber : Data diolah



Diagram *Cartecius* Analisis SWOT

Hasil perhitungan dari faktor-faktor tersebut dapat disajikan dalam diagram SWOT seperti yang terlihat pada Gambar 1. Titik koordinat (x, y) didapatkan dengan cara sebagai berikut:

- Koordinat analisis *Internal* (X)

$$= \frac{\text{Total skor kekuatan (S)} - \text{Total skor kelemahan (W)}}{2}$$

$$= \frac{2,793 - 1,453}{2}$$

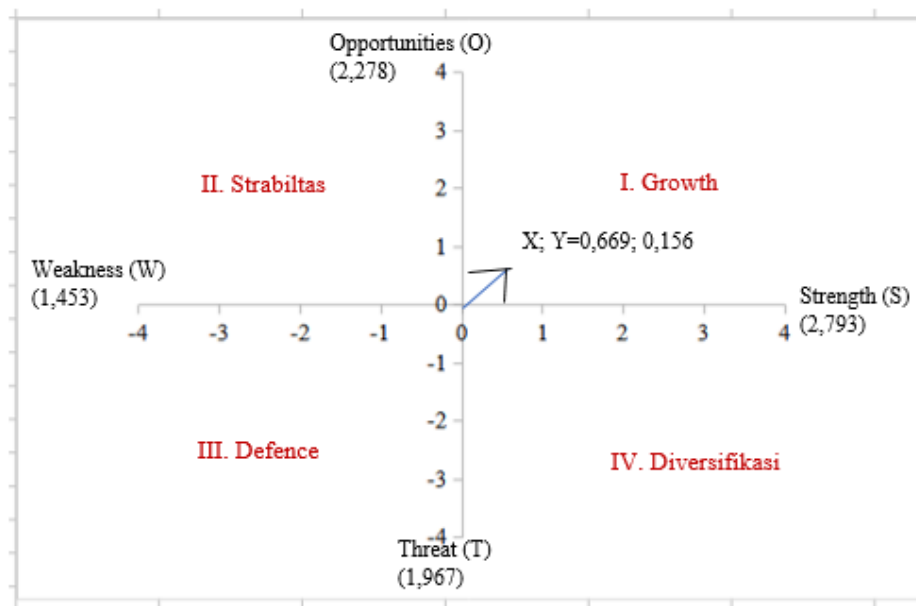
$$= 0,669$$
- Koordinat analisis *eksternal* (Y)

$$= \frac{\text{Total skor peluang (O)} - \text{Total skor ancaman (T)}}{2}$$

$$= \frac{2,278 - 1,967}{2}$$

$$= 0,156$$
- Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0,669; 0,156)

Thufaillah (2023) mengemukakan bahwa untuk menentukan hasil pilihan strategis akan lebih spesifik bila hasil yang telah dimasukkan kedalam diagram pilihan strategi. Maka, strategi yang digunakan Bank DKI adalah S, O (*Growth*), karena titiknya berada di kekuatan dan peluang. Berikut merupakan diagram *cartecius* bisa dilihat pada gambar 10 :



Gambar 1. Diagram *Cartecius* SWOT

Sumber : Data diolah (2024)

Dari gambar diagram *cartecius* di atas, terlihat jelas bahwa JakOne *Mobile* berada pada kuadran *growth* dan kuadran ini mewakili situasi yang menguntungkan. JakOne *Mobile* mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dengan strategi *growth*, JakOne *Mobile* akan mampu memaksimalkan kelebihan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang yang ada, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lain yang mengeluarkan produk sejenis yang memproduksi produk sejenis dan mau berinvestasi dengan teknologi yang berarti ini mengindikasikan posisi *Internal* pada perusahaan begitu kuat.



Strategi Matriks Analisis SWOT JakOne Mobile

Berdasarkan hasil analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*), pedoman strategis untuk JakOne Mobile dapat disusun menggunakan matriks SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa JakOne Mobile memiliki beberapa kekuatan utama, seperti fleksibilitas penggunaan, kemudahan pembelajaran, dan efisiensi dalam waktu dan biaya. Aplikasi ini juga menawarkan fasilitas transaksi yang lengkap dan berbagai fitur unggulan yang membedakannya dari platform *M-Banking* lainnya, serta memberikan kepuasan kepada nasabah dan mendorong mereka untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Tampilan aplikasi yang terlalu bervariasi dapat membingungkan pengguna, terutama bagi nasabah yang lebih tua. Selain itu, aplikasi ini masih belum dikenal luas, sering mengalami keterlambatan, dan menghadapi risiko keamanan. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan aplikasi juga masih rendah.

Dari sisi *eksternal*, terdapat peluang signifikan yang dapat dimanfaatkan, termasuk perubahan gaya hidup masyarakat, adopsi teknologi baru, dan potensi pasar besar di DKI Jakarta. Namun, JakOne Mobile juga menghadapi ancaman dari persaingan teknologi canggih, produk serupa dengan keunggulan bervariasi, dan meningkatnya kejahatan pencurian data.

Keputusan strategis yang diambil dari analisis ini harus fokus pada memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi, untuk memperkuat posisi JakOne Mobile di pasar *Mobile Banking*. Berdasarkan analisis di atas, kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor *Internal* dan *eksternal* serta strategi bersaing yang dapat diterapkan JakOne Mobile untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Sehingga dari hasil diagram di atas yaitu strategi berada pada kuadran SO (*strength – opportunities*), Kombinasi gabungan kedua faktor tersebut disajikan secara sebagai berikut :

Strategi S-O

Memberikan kemudahan akses dengan memperbarui teknologi yang dimiliki. (S1,S2,S3,S4,S5,O1)

Memberikan kecepatan untuk mengakses suatu informasi produk serta memberikan kemudahan dalam memahami struktur informasi yang dibutuhkan nasabah. Sehingga nasabah ingin terus menggunakan JakOne Mobile untuk kebutuhan transaksi.

Implementasi strategi *growth* yang dapat dilakukan adalah dengan terus memantau teknologi yang sudah berkembang pada zaman sekarang dan terus memperbarui kecepatan akses pada *Mobile Banking* JakOne Mobile.

Selalu memberikan layanan yang dibutuhkan nasabah dengan meningkatkan inovasi dari fitur aplikasi dengan teknologi terbaru. (S6,S7, S8, S9,O2)

Dengan memanfaatkan tambahan fitur-fitur menarik dengan memanfaatkan pengembangan Informasi Teknologi (IT) akan memungkinkan JakOne Mobile meningkatkan pengembangan aplikasi dengan fitur-fitur baru yang inovatif. Hal ini membantu meningkatkan daya tarik aplikasi dan menciptakan nilai bagi nasabah. Implementasi strategi *growth* yang dapat dilakukan adalah agar terus memanfaatkan teknologi terkini seperti kecerdasan buatan, untuk mengembangkan fitur-fitur inovatif yang membedakan aplikasi layanan *Mobile Banking* JakOne Mobile dengan pesaing lainnya.

Nasabah mayoritas didaerah DKI Jakarta merupakan pasar kekuatan/potensial yang sangat besar bagi bank DKI. (S10,O3)

Bank DKI yang merupakan bank daerah pemerintah DKI Jakarta, hal ini menjadikan nasabah di daerah Jakarta yang merupakan mayoritas nasabah Indonesia yang paling banyak merupakan pasar kekuatan yang besar. Implementasi strategi *growth* yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan kerjasama dengan para UMKM di sekitar Jakarta seperti pembuatan QRIS untuk pembayaran.



Matriks SWOT mengidentifikasi empat strategi alternatif pertama adalah strategi SO (*Strengths – Opportunity*). Strategi tersebut memanfaatkan kekuatan *Internal* untuk mengembangkan dan mengoptimalkan layanan *JakOne Mobile*. Kedua, strategi WO (*Weakness – Opportunity*) mengacu pada upaya mengatasi kelemahan *Internal* dengan memanfaatkan peluang *eksternal* yang ada. Ketiga adalah strategi ST (*Strengths-Threats*), bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan aplikasi *JakOne Mobile* untuk menimalkan ancaman *eksternal* atau menghindari. Keempat, strategi WT (*Weakness-Threats*) digunakan untuk meminimalkan kelemahan *Internal* dan menghadapi ancaman yang ada pada aplikasi *JakOne Mobile*. Menurut Suciati et al. (2021), Dengan mengidentifikasi keempat faktor ini, kita dapat memahami peran strategi digitalisasi keuangan dalam mendukung pertumbuhan produk. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi yang ada akan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengembangan yang lebih tepat.

Posisi tersebut didukung oleh strategi SO yang menggambarkan strategi *growth*, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang, termasuk pengembangan fitur-fitur menarik, tujuannya adalah untuk menciptakan keunggulan yang membedakan aplikasi ini dengan kompetitor lainnya. Strategi SO yang diterapkan adalah memberikan kemudahan akses dengan memperbarui teknologi yang ada untuk memberikan layanan yang mudah dan nyaman sesuai kebutuhan nasabah, dan meningkatkan layanan aplikasi *JakOne Mobile* dengan teknologi terkini agar memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah.

PENUTUP

Simpulan

Analisis faktor *Internal* menunjukkan kekuatan utama *JakOne Mobile* adalah fleksibilitas, kemudahan penggunaan, dan efisiensi waktu serta biaya. Sementara itu, kelemahan utama termasuk variasi tampilan aplikasi yang membingungkan dan masalah keamanan. Pada analisis faktor *eksternal*, peluang utama adalah perubahan gaya hidup masyarakat dan adopsi teknologi baru, sedangkan ancaman utama adalah persaingan teknologi canggih dan peningkatan pencurian data.

Hasil analisis matriks IFAS dan EFAS mengindikasikan strategi pertumbuhan dengan skor kekuatan (2,793) yang lebih tinggi dari kelemahan (1,453) serta peluang (2,278) yang lebih tinggi dari ancaman (1,967). Strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan kekuatan *JakOne Mobile*, seperti fleksibilitas dan efisiensi, serta memanfaatkan peluang *eksternal*, seperti perubahan gaya hidup dan penerapan teknologi baru. Langkah-langkah konkret meliputi peningkatan edukasi pengguna, promosi efisiensi aplikasi, pengembangan fitur baru, dan peningkatan sistem keamanan untuk menghadapi ancaman dan kelemahan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan utama: pertama, sampel yang terbatas pada 40 responden dari Depok dan usia 20-22 tahun mungkin tidak sepenuhnya mewakili pengguna *JakOne Mobile* di wilayah lain atau kelompok usia yang berbeda, sehingga mengurangi generalisasi temuan. Kedua, bergantung pada data primer dari kuesioner, yang bisa dipengaruhi oleh bias subjektif responden atau desain kuesioner yang tidak sempurna. Ketiga, penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor *eksternal* yang dapat memengaruhi penggunaan aplikasi, seperti perubahan ekonomi makro atau perkembangan teknologi yang cepat.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas sampel untuk mencakup berbagai usia, lokasi geografis, dan latar belakang pengguna agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan dengan lebih baik. Selain itu, disarankan untuk menggunakan metode penelitian campuran dengan menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif untuk



mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengalaman dan persepsi pengguna. Penelitian juga sebaiknya mempertimbangkan faktor *eksternal* yang mungkin mempengaruhi penggunaan aplikasi, seperti tren teknologi terbaru dan kondisi ekonomi, guna memberikan analisis yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Akbar, A. F., Saskinah, J. A., Putri, R. R., Alfina Azz, N., & Ikhtizam, S. F. (2023). Analisis Swot Dalam Perbankan: Menguji Keunggulan dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 1(1), 11–14. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v1i1.2>
- Chong, A. Y., Ooi, K., Lin, B., & Tan, B. (2010). Online *Banking* adoption: an empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 28(4), 267–287.
- Davis, F. D. (1986). A *Technology Acceptance Model* for empirically testing new end-user information systems. *Cambridge, MA*, 17.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *Technology Acceptance Model*. *J Manag Sci*, 35(8), 982–1003.
- Febrilia, D. (2021). Pengaruh Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Perbankan Di Indonesia Tahun 2017-2019. Universitas Pgri Adi Buana Surabaya.
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to *Mobile Banking*. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(96\)00095-7](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(96)00095-7)
- Justyn, F. (2020). Analisa Swot Pada Gor Badminton Batu Batam. *Penerapan Strategi Marketing Mix*, 7(7), 5–8.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use *Mobile Banking*. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- Park, S. Y. (2009). An analysis of the *Technology Acceptance Model* in understanding university students' behavioral intention to use *e-learning*. *Journal of Educational Technology & Society*, 12(3), 150–162.
- Putra, I. G. N. A. B. (2019). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot. *Rating, Dan OCAI, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.
- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2015). *Mobile Banking* adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Suciati, R., Utami, K., & Jaya, B. P. M. (2021). Analisa SWOT Strategi Digitalisasi pada Era New Normal untuk Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 63–83. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.178>
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Syata, W. M., Nia, M., & Ilham, M. (2023). *Perbankan dan Lembaga Keuangan Lainnya*.
- Thufailah, S. Y. (2023). *Analisis SWOT pada penggunaan layanan aplikasi pegadaian digital service*.