

Perbankan Dalam Era Baru Digital : Menuju Bank 4.0

Gita Putri Maulidya ¹, Nur Afifah¹
Universitas Tanjungpura, Jl. Imam Bonjol

*Email : gitaaputrii@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital bukan sekedar berpindah dari perbankan tradisional ke dunia digital, melainkan perubahan penting dalam cara bank dan lembaga keuangan lainnya belajar tentang berinteraksi dan memuaskan pelanggan. Transformasi digital dimulai dengan pemahaman tentang perilaku pelanggan digital, preferensi pilihan suka dan tidak suka dan perubahan yang mengarah pada perubahan besar dalam organisasi, dan dari product centris ke customer centris. Tuntutan perbankan dalam era digital ini adalah kapan saja dan dimana saja. Hal ini membuat perbankan membutuhkan inovasi, ketangguhan, aman, optimal dan siap memenuhi harapan pelanggan yang paham akan teknologi. Jika perbankan tidak memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan rela meninggalkan suatu bank ke bank lain yang memenuhi kebutuhan mereka.

Kata kunci: *e-service quality, e-trust, e-wom, e-satisfaction*

PENDAHULUAN

Kata "Bank" berasal dari bahasa Italia banque atau banca yang berarti bangku. Para bankir di Florence pada masa Renaissance melakukan transaksi mereka dengan duduk di meja penukaran uang, berbeda dengan pekerjaan kebanyakan orang yang tidak memungkinkan mereka untuk duduk sambil bekerja. Usaha perbankan itu sendiri baru dimulai dari zaman Babylonia kemudian dilanjutkan ke zaman Yunani kuno dan Romawi. Namun, pada saat itu tugas utama bank hanyalah sebagai tempat tukar menukar uang. Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia maka perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Perkembangan perdagangan semula hanya di daratan Eropa akhirnya menyebar ke Asia Barat. Aktivitas perbankan di negara Yunani pada masa ini lebih bervariasi dan maju dibandingkan kegiatan usaha masyarakat lainnya. Wirausaha swasta mulai melaksanakan kegiatan yang sama dengan rumah ibadah dan usaha publik dengan melakukan kegiatan transaksi keuangan.

Dari waktu ke waktu kondisi dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Selain disebabkan oleh perkembangan internal dunia perbankan, juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan, seperti sektor riil dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. Era digital yang semakin melekat dalam perubahan gaya kehidupan masyarakat di Indonesia, khususnya pada industri keuangan seperti perbankan. Perubahan ini harus mampu merespon cepat, hal ini dilakukan agar lembaga jasa keuangan siap dalam menghadapi inovasi digital banking. Saat ini sektor perbankan sedang mengalami transformasi menuju era digitalisasi. Transformasi industri perbankan merupakan jawaban terhadap

Fenomena perkembangan *financial technology (fintech)* dan revolusi teknologi digital (*4th revolution industry-digital industry*). Layanan yang demikian mengarahkan bank ke dalam suatu era baru, yaitu era layanan perbankan digital. Penyediaan layanan perbankan digital diharapkan dapat memperluas sekaligus mempermudah inklusi keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan sehingga dapat dilakukan tanpa mengenal Batasan waktu dan tempat.

Berkembangnya teknologi informasi membuat industry perbankan harus siap berubah dan bertransformasi. Sekarang teknologi informasi sudah memasuki era revolusi industry 4.0. era ini telah mengubah cara hidup masyarakat dalam bekerja dan berhubungan satu sama lain termasuk sektor perbankan yang mengalami banyak tantangan, terlebih dengan hadirnya *financial technology (fintech)* dan mitra teknologi dalam beberapa tahun terakhir. Era digital semakin melekat dalam merubah gaya kehidupan masyarakat di Indonesia, khususnya industry keuangan seperti perbankan. Sejumlah bank swasta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) akan memperkuat investasi di bidang teknologi. Hal ini dilakukan dengan makin gencarnya perusahaan teknologi finansial masuk ke beberapa daerah untuk menawarkan alternatif transaksi keuangan. Bank-bank harus meningkatkan layanan digital bankingnya dan meraih peluang dari digital ekonomi dan era industry revolusi 4.0 serta era digital banking 4.0 yang selaras dan sesuai dengan arahan POJK yang baru, yaitu POJK12/POJK.03/2018 yaitu Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital.

Berdasarkan laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company pada 2019, sebanyak 92 juta populasi belum pernah mengakses bank, serta layanan finansial yang ditawarkan atau unbanked. Selisih itu dapat menjadi ceruk bagi bank-bank konvensional di Indonesia untuk memacu transformasi. Apalagi, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pandemi Covid-19 telah mempercepat digitalisasi di sektor perbankan. Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh sejalan dengan meningkatnya ekspektasi dan preferensi masyarakat untuk berbelanja daring, perluasan pembayaran digital, dan akselerasi digital banking. BI menyebutkan nilai transaksi digital pada kuartal I dan II pada 2021 meningkat 39,39 persen secara tahunan (yoy) menjadi Rp17.901,76 triliun. BI memproyeksikan tren transaksi ini akan meningkat 30,1 persen yoy mencapai Rp35.600 triliun sepanjang 2021.

Karakteristik dasar di era digital baru adalah dimensi dan bentuk baru, dari satu hari ke hari lainnya. Meskipun, dengan struktur, bentuk bisnis dan karakteristik lainnya, bank cenderung tidak menerima perubahan, namun sebagian besar menyesuaikan bisnis dengan perubahan lingkungan bisnis dan, akibatnya, mengadopsi dan menerapkan proses tertentu yang dipaksakan dengan proses digitalisasi. Proses tersebut menciptakan produk dan layanan perbankan baru yang terkait langsung dengan proses digitalisasi yang merupakan tanda bahwa sektor perbankan telah memahami secara serius perubahan-perubahan yang akan datang, yang tentunya berdampak pada terciptanya keunggulan bersaing dan keunggulan kompetitif pada posisi yang lebih baik di pasar. Tentu saja pada persaingan pasar

yang besar, muncul berbagai layanan yang ditawarkan secara paralel dengan layanan perbankan yaitu, menunjukkan kelebihan pasar dan tentunya menjadi tantangan terbesar bagi perbankan di masa mendatang (Mekinji, 2019). Terutama harus diingat bahwa dalam situasi ini, bank bukan hanya kompetisi ke yang lain, tetapi juga perusahaan teknologi tinggi yang berurusan dengan layanan serupa yang telah muncul dalam beberapa tahun terakhir dan mulai menawarkan layanan semacam ini juga merupakan persaingan bagi mereka. Perusahaan-perusahaan ini memiliki sistem pembayaran dan basis data pelanggan mereka sendiri, yang menghasilkan pengurangan sebagian dari keuntungan bank. Semua ini jelas berarti bahwa bank harus bekerja secara intensif pada inovasi di bidang perbankan dan mengembangkan strategi dan model bisnis baru yang akan disesuaikan dengan tuntutan baru di pasar.

Tentunya selain kegiatan yang berkaitan dengan pengenalan layanan baru, serta penyesuaiannya dengan pasar, fokusnya tetap pada klien bank yaitu bank harus memperhatikan kualitas layanan yang optimal. yang akan memuaskan nasabah yang sudah ada dan juga menarik nasabah baru ke bank. Proses transformasi layanan perbankan ini sangat penting untuk dibarengi dengan terus mendengarkan pasar dan kebutuhan nasabah, karena tidak boleh dilupakan bahwa semua bank memiliki dan akan memiliki nasabah tradisional di masa depan, yang akan mengesahkannya. - tetap menggunakan layanan perbankan standar, serta nasabah yang dipastikan tidak akan menggunakan layanan perbankan digital dalam jangka waktu tertentu. Karena itu semua, bank harus mencari langkah optimal dalam mentransformasi unit bisnis mereka dan memperkenalkan cabang bank digital yang akan sepenuhnya menggantikan sumber daya manusia. Pada dasarnya, proses digitalisasi di sektor perbankan, selain memberikan keuntungan yang besar bagi bank dan nasabahnya, juga membawa tantangan tertentu yang perlu ditanggulangi oleh bank. Penelitian "*A Brave New World for Global Banking*" menyebutkan bahwa bank-bank di Eropa berisiko merugi yang bisa mencapai hampir sepertiga dari keuntungan mereka. Fase transformasi digital berikutnya yang lebih ketat akan semakin mengurangi keuntungan bank di tahun-tahun mendatang, yang akan menjadi konsekuensi dari persaingan yang lebih besar.

Dengan adanya pilihan produk perbankan digital ini diharapkan dapat meningkatkan kelayakan pelanggan serta bagian dari gaya hidup modern. Terdapat tiga negara pusat keuangan internasional yang sudah membuktikan dampak signifikan teknologi keuangan terhadap pertumbuhan ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, yaitu Singapura, Jepang dan Inggris. Ketiga negara tersebut menunjukkan bahwa lembaga perbankan sangat diuntungkan karena mereka dapat memotong biaya operasi serta mengumpulkan dana murah dari pelanggan, termasuk memperluas layanan dalam ruang dan waktu. Dari beberapa hal tersebut, tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana kelanjutan sumber daya manusia yang selama ini bekerja di layanan perbankan seperti customer service, teller dan lainnya, apabila fungsinya sudah digantikan dengan *digital application*, untuk mengetahui keamanan transaksi nasabah, apabila semua layanan dilakukan secara digital, tanpa harus ada kehadiran fisik nasabah di kantor cabang bank, serta

bagaimana regulasi yang diberikan oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan terhadap layanan perbankan secara digital.

KAJIAN LITERATUR

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian disebuah negara termasuk Indonesia. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan pada Bab 1 Pasal 1 serta ayat 2 dijelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Rumusan mengenai pengertian bank yang lain, dapat juga ditemui dalam kamus istilah hukum Fockema Andrea yang menyatakan bahwa bank adalah suatu lembaga atau orang pribadi yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan memberikan uang dari dan kepada pihak ketiga (Fahmi, 2014).(Kholis, 2018) berpendapay bahwa usaha utama bank adalah menghimpun dana dalam bentuk simpanan yang merupakan sumber dana bank. Demikian pula dari segi penyaluran dana, hendaknya bank tidak semata-mata memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik, tapi juga kegiatannya harus pula diarahkan pada peningkatan taraf hidup masyarakat.

Revolusi industry 4.0 merupakan revolusi industry generasi ke empat yang telah muncul dipermukaan dan membawa banyak dampak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat, tak luput dalam aspek ekonomi khususnya dunia perbankan yang dikenal dengan *era digital Banking 4.0*. Era *digital banking 4.0* menjadi ladang bagi perbankan tanah air untuk melakukan berbagai inovasi-inovasi yang memberikan dampak besar bagi pertumbuhan perbankan tanah air, terutama dalam hal pelayanan. Inovasi ini sangat dibutuhkan untuk menyikapi tingginya persaingan seiring pesatnya pertumbuhan teknologi keuangan atau yang di kenal dengan *fintech* (financial technology).

Dalam perturan OJK (POJK) Nomor 12/2018 yang salah satunya bertujuan untuk mendukung efisiensi oprasional, meningkatkan layanan, dan mengadopsi teknologi TI. Dengan adanya regulasi ini seharusnya mampu menyikapi disrupsi karena regulasi yang telah dibuat ini sudah cukup untuk mendukung perbankan dalam berinovasi terutama dalam hal layanan. Persaingan yang semakin pesat dengan dihadapkannya bank dengan industry Financial dan Technology (Fintech) yang terus berkembang. Bank dituntut untuk bisa mngembangkan produk-produk yang semakin memanjakan konsumen. Hal ini terutama dalam pelayanan yang harus terus ditingkatkan dan semakin memudahkan para nasabah. Saat ini perbankan harus mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang menguasai teknologi, mengetahui keinginan nasabah dan berorientasi kebutuhan nasabah (Mutiasari, 2020). Dalam indrustri perbankan selama bertahun-tahun menjalankan sistem konvensional, artinya di era 4.0 menuntut perbankan untuk melakukan perombakan signifikan dari mulai prosedur, cara kerja, struktur organisasi, dan model berbisnis. Perubahan tidak hanya bersifat incremental, namun perubahan radikal haris

dilakukan untuk mempertahankan eksistensi bisnis. Perubahan model bisnis perbankan yaitu perubahan preferensi nasabah, cara bertransaksi nasabah, dan masuknya pesaing non-bank (Winasis dan Riyanto, 2020). Proses transformasi digital memberikan kesempatan bagi organisasi untuk melakukan perombakan internal secara total seperti proses kerja dan sistem kerja yang telah berjalan selama ini. Selain itu, nasabah juga diuntungkan dengan adanya pengalaman berinteraksi cara baru selama proses transformasi berlangsung. Dari yang selama ini hanya tersedia *mobile banking*, *internet banking*, dan pembayaran melalui *virtual account*, menjadi aplikasi kecerdasan buatan yang disebut *super apps*.

Proses perubahan yang terjadi perlu didukung juga dengan strategi transformasi yang tepat guna memenuhi tujuan perusahaan, yaitu peningkatan daya saing dan nilai perusahaan (Cemal Zehir et al, 2019). Jika strategi digital yang diterapkan tepat sesuai dengan permintaan dan kebutuhan nasabah, maka diharapkan akan ada peningkatan loyalitas nasabah. Transformasi digital sebaiknya dilakukan dalam waktu cepat, karena waktu merupakan variabel utama yang menjadi penentu kesuksesan perusahaan beradaptasi dalam era perbankan elektronik. Pada masa era perbankan elektronik masyarakat sudah diberikan kemudahan untuk bertransaksi dengan menggunakan berbagai saluran. Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dan atau melalui media digital milik calon nasabah dan atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank.

Karakteristik dari digital banking adalah nasabah dapat memperoleh informasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi dan penutupan rekening secara mandiri tanpa melibatkan petugas bank, termasuk nasabah memperoleh informasi dan melakukan transaksi diluar produk perbankan seperti layanan nasihat keuangan, inovasi investasi, transaksi e-dagang, dan berbagai kebutuhan lainnya dari nasabah dimaksud dengan hanya menggunakan satu channel melalui sarana elektronik atau *digital bank* (Puspitadewi, 2019). *Digital Banking* dianggap sebagai cara baru melakukan transaksi perbankan karena potensinya untuk menghemat biaya. Bank sebaiknya melihat bahwa hal tersebut bukan sekedar mendigitalisasi produk yang sudah ada, tapi mengubah pola pikir dan solusi menjadi digital sesuai dengan perilaku dan kebutuhan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang menggambarkan fenomena perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat. Penelitian ini memberikan uraian mengenai perkembangan teknologi keuangan terhadap layanan perbankan yang selama ini menjalankan operasionalnya secara konvensional.

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa literatur, berita-berita, wawancara dan pengamatan secara langsung dengan apa yang terjadi di dalam teknologi keuangan yang berkembang semakin pesat dengan memperhatikan regulasi-regulasi yang diberlakukan oleh pihak regulator yakni Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengarahkan perbankan untuk lebih meningkatkan layanan dengan membentuk perbankan digital. Hal ini bertujuan agar bank dapat memaksimalkan pelayanan kepada nasabah dan meningkatkan mutu operasionalnya, sehingga diharapkan bank dapat mengembangkan perbankan digitalnya. Memasuki era digital, industri perbankan semakin gencar melakukan pengembangan teknologi perbankan digital (*digital banking*). Hal ini dilakukan untuk menarik minat calon nasabah baru, terutama generasi milenial atau kalangan modern (*tech savvy*). Transformasi digital adalah sebuah perubahan cara penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi untuk mendapatkan efisiensi dan efektifitas. Perubahan ini membawa dampak positif maupun negative bagi setiap individu maupun perusahaan. Dalam bisnis dengan transformasi digital, memberikan kemudahan para pelanggan untuk melakukan aktivitas, tidak semua harus berinteraksi langsung, namun secara *online* transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

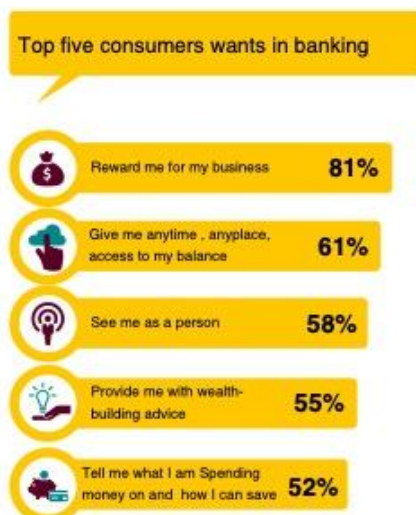
Era ekonomi digital ini bisa menjadi peluang baru sekaligus ancaman serius bagi industri perbankan yang beralih ke perbankan digital untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta menarik pelanggan baru yang berasal dari generasi milenial. Teknologi keuangan dapat menghadirkan perdagangan yang menerima pembayaran debit dan kartu kredit berbiaya rendah dan membangun infrastruktur perbankan dalam mendorong daya beli masyarakat. Salah satu jenis ekonomi digital yang berkembang cukup pesat di Indonesia adalah teknologi keuangan dalam bentuk e-bisnis. E-bisnis tidak hanya terbatas pada aktivitas jual beli saja seperti *e-commerce*, tetapi juga melayani dan berkolaborasi dengan mitra bisnis lainnya. Masyarakat semakin terbiasa menggunakan kartu kredit dan kartu ATM untuk berbagai kepentingan transaksional bersama dengan kemudahan transaksi dan kemudahan mendapatkan instrument pembayaran menggunakan kartu. *E-money* juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sejak diperkenalkan pada tahun 2008 dalam hal jumlah instrument yang beredar, jumlah transaksi, nilai transaksi, dan jumlah mesin pembaca.

Setiap bank berusaha untuk menawarkan produk digital yang inovatif dan berteknologi maju daripada produk pesaing. Menciptakan inovasi terbuka yang mudah dipahami oleh berbagai budaya serta dengan proses inovasi yang memungkinkan input dari berbagai sumber dibidang teknologi keuangan . dengan banyaknya inovasi-inovasi ini akan merusak pendapatan bank tradisional jika mereka tidak melakukan inovasi. Industry digital membuat kegiatan lebih efisien sehingga tidak dapat menghindari berbagai ekonomi dimana pasar ini tumbuh

dengan baik karena difasilitasi oleh teknologi digital yang memungkinkan lalu lintas informasi untuk menyebar lebih cepat dan luas.

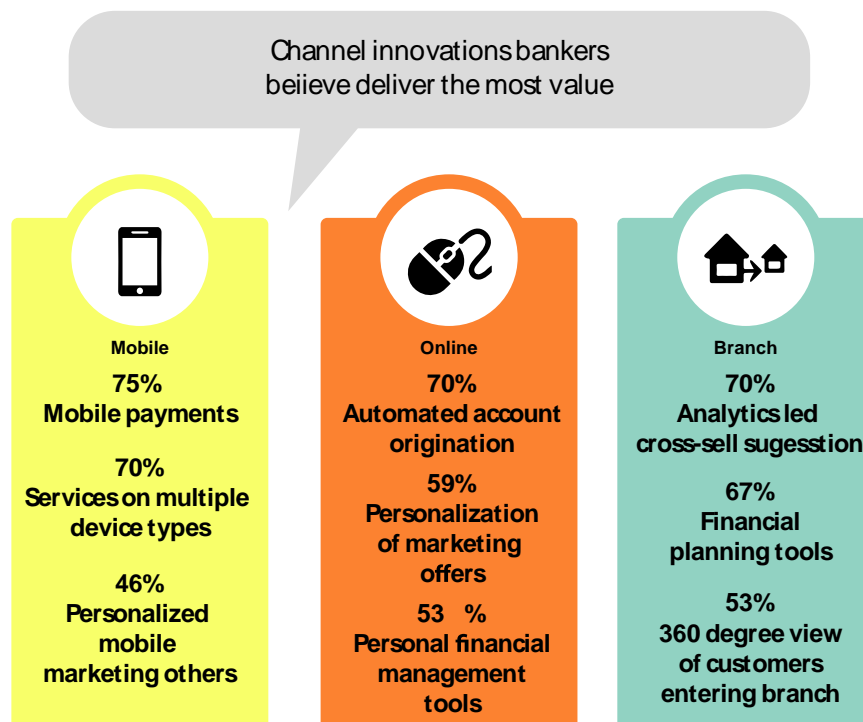
Perubahan menuju teknologi keuangan dan perbankan digital menunjukkan bahwa saat ini teknologi mampu memberikan layanan keuangan yang mudah diakses kapanpun. Mulai dari sistem pembayaran dan layanan transfer uang, tabungan dan pinjaman, hingga layanan tanpa secara fisik harus hadir di kantor bank ataupun di kantor asuransi. Selain itu, telah berkembang pula layanan keuangan dalam perbankan digital seperti *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, *e-money*, *phone-banking*, kartu kredit visual, EDC dll. Hal inilah yang ditangkap sebagai potensi dan kesempatan oleh bank, untuk meningkatkan minat calon nasabah menjadi nasabah di bank, memberikan layanan yang nasabah inginkan sehingga loyal terhadap bank. Sepertinya ini, semua sudah dimulai oleh beberapa bank. Akan tetapi sebelum membahasnya, mari lihat dampak yang akan terjadi terhadap transaksi perbankan secara konvensional yang merupakan industri padat karya. Miliarder bukan satu-satunya yang ingin melakukan bank kapan pun atau di mana pun mereka mau, terlepas dari lokasi cabang atau jam kerja.

Pelanggan dari semua generasi, kelompok pendapatan, dan negara dapat melakukan transaksi online suatu hari, dan hari lain, transaksi yang sama melalui ponsel atau ATM atau mereka dapat memulai transaksi di salah satu saluran ini kemudian melanjutkan di saluran lain dan menyelesaikannya di saluran yang berbeda. Multichannel memberikan keleluasaan untuk berpindah antar channel, tetapi tidak melanjutkan transaksi di antara beberapa channel. Jadi, ini merupakan tantangan yang luar biasa bagi lembaga keuangan, yang sering terlibat dalam berbagai jenis perbankan seperti ritel, keuangan, korporasi, dan lain-lain. Cara paling efektif untuk memahami dan membawa organisasi dari perbankan tradisional ke perbankan digital adalah pendekatan Omni-Channel. Omni-channel adalah pendekatan multichannel untuk layanan pelanggan di mana semua saluran terintegrasi, menjaga pelanggan di pusat integrasi.



Gambar 1
Perilaku Pelanggan Terhadap Layanan Perbankan

Karena pelanggan terus mengubah pola penggunaan saluran mereka, bank dan perusahaan kredit perlu fokus untuk memberikan pengalaman pelanggan yang mulus di berbagai titik kontak. Lebih dari sekadar aksioma, Perbankan Omni-channel adalah prospek untuk mengambil keuntungan lebih tinggi dengan mendapatkan wawasan dari saluran, perilaku, dan preferensi pelanggan. Pelanggan saat ini lebih canggih dan melek teknologi, dan untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, setiap pelanggan membutuhkan pengalaman unik dari perbankan. Mereka ingin perusahaan memahami kebutuhan mereka yang tidak disebutkan serta kesukaan mereka. Maka tidak heran jika para nasabah ini juga mengharapkan respon dan layanan yang sama dari lembaga perbankan. Dari meneliti layanan baru, membuka rekening, memeriksa saldo, melakukan transaksi, pinjaman, kredit, manajemen kekayaan, dukungan pelanggan, memberikan pengalaman Omni-channel telah menjadi kunci sukses di pasar yang kompetitif ini.



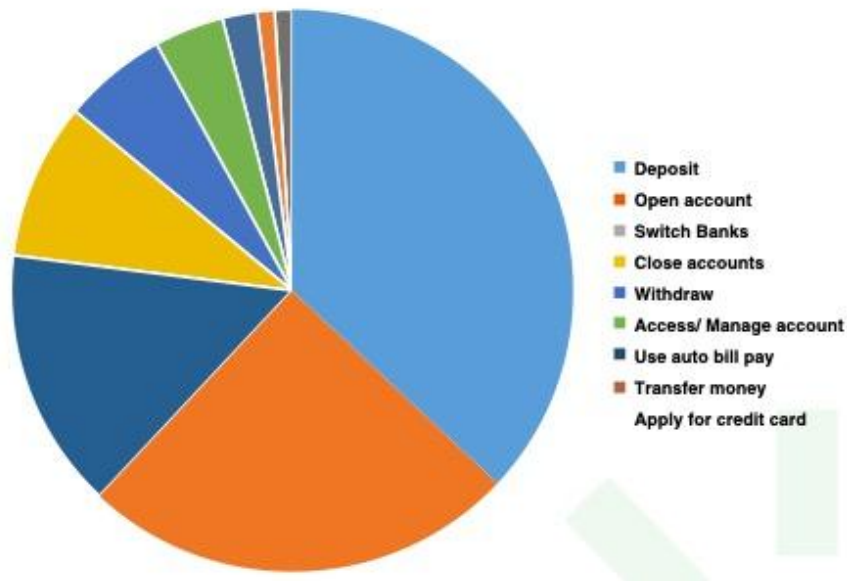
Gambar 2
Inovasi Perilaku Pelanggan di Era Digital

Dalam model multichannel saat ini, pelanggan diarahkan ke saluran yang paling murah yang mendasari tidak hanya ketidakpuasan, tetapi juga saluran melompat. Seluruh proses tidak efisien, mahal dan tidak konsisten. Omni-channel bukan pengganti multichannel, tapi pengayaan. Dukungan Omni-channel sangat diperlukan untuk memastikan bahwa pengalaman pelanggan disatukan, digabungkan dan mendukung pelanggan pada waktu yang tepat, di tempat yang tepat dengan cara yang benar. Itu harus sesuai dengan gaya hidup seluler dan digital mereka. Tetap erat

dalam revolusi perbankan saat ini memerlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan permintaan nasabah. Ini juga membutuhkan perpaduan yang tepat antara infrastruktur TI dan teknologi baru yang inovatif untuk memastikan bahwa seseorang tetap terdepan dalam ruang pasar saat ini untuk mendorong atas, serta garis bawah ke atas (Kamra, Sumit).

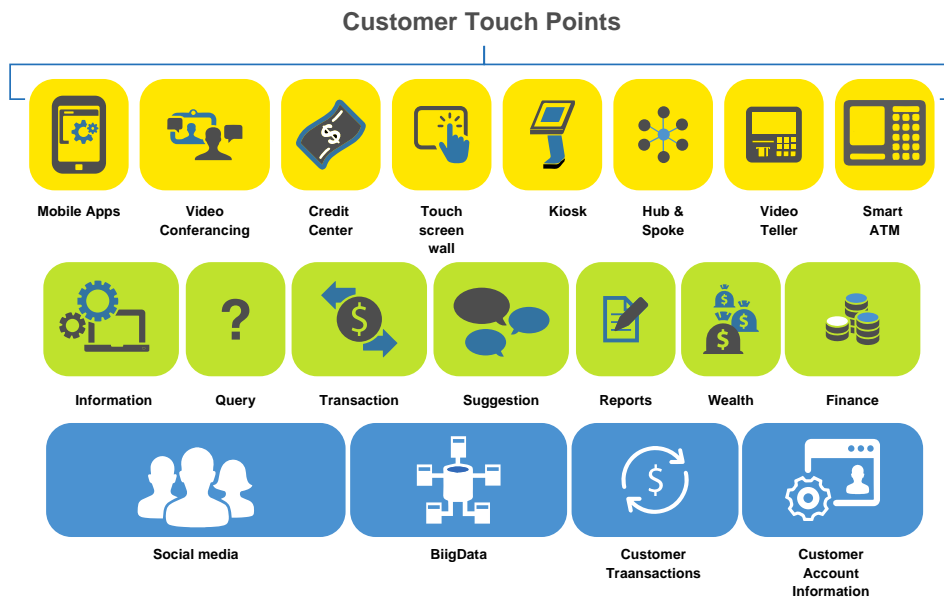
Sampai hari ini, berbagai saluran bekerja di silo mereka, tetapi sudah waktunya untuk memecahkan silo mereka dan merenovasi pengalaman perbankan dengan memulai strategi Omni-channel. Pendekatan ini didasarkan pada satu nama merek, memberikan pengalaman yang berpusat pada pelanggan untuk setiap pelanggan sesuai preferensi dan perilaku mereka seperti bank individu untuk setiap pelanggan – dan ditransaksikan dengan lancar sehingga menjadi tertanam dalam gaya hidup pelanggan.

Banking Transactions Customer Expect to Perform Across All Channels



Gambar 3
Transaksi Pelanggan Perbankan di Era Digital

Ketika pelanggan tidak dapat menyelesaikan transaksi di saluran pilihan mereka, mereka melompat dari satu ke saluran lain dan sayangnya, saluran terbaik berikutnya biasanya saluran yang lebih mahal. Diagram yang disebutkan di bawah ini mencakup berbagai titik sentuh dan peluang di mana saluran omniOmni dapat memainkan peran penting dalam pengalaman pelanggan, serta mendorong garis atas dan bawah organisasi.



Gambar 4
Keinginan Pelanggan Pada Era Digital

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat dan perubahan perilaku, kebutuhan nasabah juga terus meningkat sehingga mendorong perbankan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Saat ini, perbankan mulai meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh berbagai layanan perbankan secara mandiri (*self service*) tanpa harus mendatangi kantor bank. Layanan perbankan secara mandiri antara lain melakukan registrasi, transaksi (tunai, transfer, pembayaran) dan berbagai layanan lainnya, hingga penutupan rekening yang dikenal juga dengan istilah layanan perbankan digital (*digital banking*). Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah sebuah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat dikatakan bahwa perkembangan teknologi memang tak dapat dibendung perkembangannya, dimana perkembangannya tersebut berbanding lurus dengan keinginan manusia sendiri untuk mendapatkan kemudahan di setiap aktivitasnya. Salah satunya aktivitas keuangan, yang kesehariannya bersinggungan langsung dengan layanan perbankan. Era *digital banking 4.0* menjadi peluang bagi perbankan di tanah air untuk lebih berinovasi memberikan layanan kepada nasabah. Inovasi tersebut dibutuhkan. Untuk menyikapi persaingan seiring pesatnya pertumbuhan *financial technology (fintech)*, namun disisi lain era *digital banking 4.0* juga menghadirkan sejumlah tantangan, oleh karena itu perbankan dituntut untuk lebih adaptif terhadap perkembangan era *digital banking 4.0*.

Pengguna jasa cenderung lebih memilih penyedia jasa keuangan yang menghadirkan kecepatan dan kenyamanan. Dengan adanya penyediaan layanan perbankan digital diharapkan dapat memperluas sekaligus mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Penggunaannya dapat dimaksimalkan tanpa mengenal Batasan waktu dan tempat. Selain itu, tantangan di dunia digital juga semakin berkembang dan tidak terbendung kemajuannya di tahun-tahun mendatang. Hal ini karena bank tidak hanya bersaing dengan bank lainnya, melainkan dengan perusahaan teknologi keuangan lainnya yang menawarkan keamanan dan kenyamanan bagi para penggunanya. Untuk itu masyarakat perlu diedukasi tentang layanan perbankan digital dan sebagai masyarakat yang paham akan teknologi tidak perlu menghindari dari kemajuan teknologi, tetapi pastikan bahwa kita juga tidak menjadi korban kemajuan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Indah Mutiasari, 2020. Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.IX No.2, Agustus 2020 Hal. 32 – 41.
- Boško Mekinjić, 2019. *The Impact of Industry 4.0 On The Transformation Of The Banking Sector*. Journal of Contemporary Economic. May 2019 Page : 6 -28.
- Cemal Zehir, Karaboğa T, Başar D. 2019. The Transformation of Human Resource Management and Its Impact on Overall Business Performance: Big Data Analytics and AI Technologies in Strategic HRM. Springer.
- <https://lintassultra.com/2020/04/25/pergulatan-perbankan-menghadapi-revolusi-industri-4-0-menuju-digital-banking-4-0/>
- Ira Puspitadewi, 2019. Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.5 No.2 Desember 2019 Hal. 247 – 258.
- Irham Fahmi, 2014. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Alfabeta, Bandung.
- Nur Kholis, 2018. Perbankan Dalam Era Baru Digital, *Economicus*, Vol.9 No.1- Juni 2008 e-ISSN: 26155-8078.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. POJK No.12 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.
- Sumit Kamra. *Digital Transformation In Banking – The Future Of Banking*. Happiest Minds. The Mindful IT Company.
- Tata Consultansy Services. *Banking in the Digital Era : Flipping the Paradigm*. Business