

SYSTEMATIC REVIEW: PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI PERBANKAN DIGITAL DI INDONESIA DAN DI NEGARA BAGIAN EROPA

William¹, Andrew Sebastian²

Universitas Kristen Krida Wacana, Jl. Tanjung Duren Raya No. 4 Jakarta Barat, Indonesia^{1,2}

william.2018em100@civitas.ukrida.ac.id¹, andrew.2018em092@civitas.ukrida.ac.id²

Abstrak

Bank adalah sebuah perantara keuangan yang tugasnya menghimpun dana yang diterima dari masyarakat dan mengarahkan dana tersebut ke publik. Bank adalah lembaga yang dipercaya oleh masyarakat untuk menyimpan sejumlah uang untuk dikelola keuangannya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *systematic review*. Artikel yang dipilih berasal dari proquest, diambil dari 9 jurnal mengenai “digital banking” hasil dari penelitian ini menemukan bahwa untuk bertransformasi dari bank tradisional menjadi bank digital, perlu ada perubahan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan bank tradisional. kualitas fungsional bank sangat menentukan efektivitas suatu perbankan digital, dalam hal ini bank perlu merancang fitur yang interaktif dan aksesibilitas pada saat merancang perbankan digital. penyediaan infrastruktur menunjukkan bahwa akan terjadi perubahan besar terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Dari sisi bank digital, yang perlu diperhatikan adalah fitur yang *user-friendly* agar pengguna bisa menggunakan aplikasi bank digital dengan simpel dan nyaman. Selain itu, penghematan waktu dan layanan 24 jam, juga mempermudah pengguna dalam mencari solusi dari masalah yang dihadapi. Namun, masih ada masalah yang masih perlu diatasi perbankan digital yaitu, masalah keamanan data di mana terdapat ancaman *cyber attack*.

Kata kunci: perbankan digital, digitalisasi, tranformasi digital, perkembangan bank digital, pengalaman pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Ciri keberhasilan pembangunan pertumbuhan ekonomi adalah sistem keuangan yang stabil dan dapat membawa manfaat bagi semua sektor masyarakat. Lembaga keuangan sangat penting karena merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, dan stabilitas keuangan. Industri keuangan yang tumbuh pesat tidak serta merta dibarengi dengan perolehan dana yang cukup. Padahal, akses terhadap jasa keuangan merupakan syarat penting bagi partisipasi masyarakat yang lebih luas dalam pembangunan sistem ekonomi.

Bank adalah sebuah perantara keuangan yang tugasnya menghimpun dana yang diterima dari masyarakat dan mengarahkan dana tersebut ke publik. Bank adalah lembaga yang dipercaya oleh masyarakat untuk menyimpan sejumlah uang untuk dikelola keuangannya. Bank itu sendiri, dalam menjalankan usahanya dibedakan menjadi tiga yaitu bank umum (konvensional), bank perkreditan rakyat dan bank syariah.

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam peningkatan pertumbuhan bisnis perbankan dan keuangan perbankan, maka perbankan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan pelayanannya melalui perbankan digital. Di era industri 4.0 ini, perbankan digital bisa menjadi pilihan untuk para pengguna mobile banking. Internet berkembang menjadi aspek kompetitif di

berbagai sektor perbankan dan keuangan. Mengikuti keberadaan ATM dan layanan mobile banking dan munculnya keuangan elektronik, meningkatnya penggunaan Internet telah menjadikan Internet sebagai saluran distribusi utama.

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, di mana pengertian digital banking adalah pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah, dengan memperhatikan aspek berbagai pengamanan.

Dalam penerapan aplikasi perbankan digital ini, bank-bank konvensional harus bisa mengubah model bisnisnya agar bisa sesuai dengan konsep perbankan digital. Tantangan yang dihadapi bank konvensional saat ini adalah adanya kemajuan teknologi yang pesat dan adanya pandemi ini membuat masyarakat lebih menyukai hal-hal yang bersifat teknologi dibandingkan konvensional lagi.

Asti Marlina dan Widhi Ariyo Bimo (2018) berpendapat bahwa pelanggan saat ini lebih memilih untuk menggunakan teknologi dibandingkan konvensional. Oleh karena itu, pelanggan akan membandingkan ekspektasi mereka pada saat

sebelum menggunakan layanan tersebut dengan setelah menggunakan layanan tersebut. Jika layanan yang diberikan di bawah dari apa yang mereka harapkan, maka pelanggan bisa saja meninggalkan penyedia layanan tersebut.

Untuk dapat meningkatkan kinerja bank, perlu adanya pengembangan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan ini bisa berdampak positif pada kinerja bank itu sendiri. Dalam mengembangkan kapabilitas tersebut, bank juga harus bisa memberikan rasa aman untuk nasabah yang menggunakan aplikasi bank digital.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Digital

Di era teknologi 4.0 ini membuat beberapa sektor industri tradisional mulai bertransformasi menjadi digital, tidak terkecuali industri perbankan. Saat ini sektor perbankan mulai bergerak ke arah bank digital yang ditandai oleh munculnya sistem pembayaran online dan sistem pelayanan perbankan secara online. Yuriy et al., (2020) Berpendapat bahwa kerja sama bisnis yang dilakukan antara perusahaan IT dan bank membuat suatu sistem ekonomi baru yang bersifat teknologi digital, yang tujuannya mengubah segala jenis aktivitas kredit yang masih tradisional.

Adanya bank digital ini mengubah sistem yang masih bersifat tradisional menjadi digital. Tabel 1 akan memjabarkan beberapa perubahan mendasar yang terjadi dari bank tradisional menjadi bank digital.

Tabel 2. 1 Perubahan Bank Tradisional dengan Bank Digital.

	Bank Tradisional	Bank Digital
Kantor	Memiliki kantor fisik untuk melayani nasabah.	Memiliki kantor pusat, tetapi tidak untuk melayani nasabah.
Jam Operasional	7 hingga 8 jam pada hari kerja. 5 jam pada akhir pekan.	24 jam, setiap hari.
Fleksibilitas	Pelayanan dilayani secara <i>offline</i> , perlu datang ke kantor.	Pelayanan dilayani secara <i>online</i> , bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja.
Keamanan	Ancaman dari kesalahan yang dibuat oleh petugas.	Ancaman dari <i>cyber attack</i> .
Pembukaan Rekening	<i>Offline</i> , datang ke kantor.	<i>Online</i> , <i>mobile app</i> dan <i>video call</i> .
Masalah/Hambatan	Gangguan mesin ATM dan sistem bank.	Gangguan internet dan aplikasi.
<i>Customer Service</i>	Menelepon ke call center bank.	Mengirim surat elektronik (<i>ticket</i>) ke pihak bank.

B. Perkembangan Digital Banking di Dunia

Menurut data yang dikumpulkan dari hootsuite, total populasi di dunia per Januari 2021 adalah 7,83 miliar jiwa, sedangkan penggunaan

internet sebesar 4,66 Milliar jiwa, di mana meningkat 7,3% atau sebanyak 316 juta jiwa. Tetapi dari peningkatan penggunaan internet ini, penggunaan *mobile banking apps* hanya berkisar pada 38,7%. Masih sedikitnya orang yang menggunakan bank digital ini sebenarnya bisa menjadi suatu keuntungan tersendiri untuk perusahaan-perusahaan bank digital untuk menarik calon-calon pengguna. Bank digital bisa menjadi alternatif kepada pengguna yang saat ini lebih menyukai hal-hal digital dibandingkan tradisional. Selain itu, dengan sistem *online*, seluruh layanan perbankan bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja hanya perlu internet saja.

C. Keuntungan Menggunakan Perbankan Digital

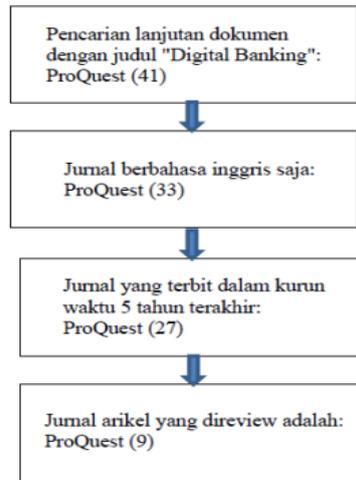
Dengan adanya digitalisasi perbankan, ada banyak keuntungan dalam menggunakan perbankan digital antara lain adalah

1. Efisien. Di mana dengan digitalisasi, proses interaksi antara bank dengan pengguna bisa menjadi lebih mudah karena dengan digitalisasi perbankan bisa memangkas waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah penggunaannya.
2. Penghematan biaya. Dengan digitalisasi, kebutuhan manusia untuk melayani pengguna menjadi berkurang karena bisa digantikan dengan teknologi, seperti *AI (Artificial intelligence)* dan *chatbot*. Dampaknya, dengan berkurangnya manusia yang melayani pengguna ini, maka biaya administrasi pada perbankan digital bisa diminimalkan.
3. Peningkatan akurasi. Dengan menggunakan teknologi, kesalahan yang terjadi akibat kesalahan manusia bisa dikurangi dengan menggunakan verifikasi digital. Verifikasi digital ini bisa bermanfaat karena bisa memperoleh akses informasi yang lebih cepat dan transparan.
4. Ramah lingkungan. Dengan digitalisasi, penggunaan kertas juga akan berkurang karena semua bentuk transaksi dilakukan dengan proses digital menggunakan *smartphone* dan akses internet.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *systematic review*. Artikel yang dipilih berasal dari proquest dengan kriteria adalah judul artikel *digital banking*, berbahasa Inggris, dan terbit dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu antara tahun 2016-2021. Kemudian dari hasil seleksi artikel tersebut, peneliti hanya mengambil artikel-artikel yang relevan dengan penelitian ini, di mana artikel yang dipilih adalah artikel yang membahas *digital banking* pada suatu negara dan transformasinya terhadap bank tradisional. Hasilnya, diperoleh

sebanyak 9 jurnal artikel. Gambar 3.1 akan menunjukkan proses seleksi jurnal artikel dan Tabel 3.1 akan menjelaskan secara singkat hasil penelitian artikel tersebut.



Gambar 3.1 Proses Seleksi Jurnal Artikel
Tabel 3.1 Gambaran Umum Mengenai Artikel Perbankan Digital.

No.	Judul artikel	Penulis	Tujuan	Metode	Temuan utama
1	<i>Digital Branch: Competitive Advantage of Banking in Indonesia Through Information and Communication Technology to Face the 4th Industrial Era</i>	Agus Riyanto, Ina Primiana, Yunizar, Yudi Azis (2018)	Melihat pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap perubahan layanan operasional dari konvensional ke digital pada proses pembukaan deposito dengan cabang digital melalui <i>business process reengineering</i> (BPR).	<i>Quantitative method</i>	Inovasi layanan operasional pembukaan simpanan digital melalui digital branch menjadikan perbankan Indonesia unggul dalam bersaing dengan bank lain yang sudah ada dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah.
2	<i>Digital banking, customer experience and financial performance UK bank managers' perceptions</i>	Cajetan Ikechukwu Mbama, Patrick Ezepeue, Lyuba Alboul, and Martin Beer (2018)	Menguji persepsi manajer tentang efek dari perbankan digital pada pengalaman pelanggan dan kinerja keuangan bank.	<i>Interviews</i>	Pengalaman perbankan digital dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas fungsional, nilai yang dirasakan, penyesuaian layanan, kecepatan layanan, keterlibatan karyawan-pelanggan, kepercayaan merek, inovasi perbankan digital, kegunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan.
3	<i>Building customer loyalty in digital banking A study of bank staff's perspectives on the challenges of digital CRM and loyalty</i>	Anthony Larsson, Yamit Viitaoja (2016)	Menyelidiki persepsi dari perwakilan berbagai bank-bank besar Swedia tentang bagaimana mereka mengalami proses digitalisasi dan dampaknya terhadap hubungan pelanggan.	<i>Semi-structured interviews</i>	Rasa tidak aman yang dirasakan seputar apa yang bank ketahui tentang kecakapan dan pengalaman pelanggannya, dan apa yang tampaknya benar-benar diketahui oleh pelanggan.
4	<i>Digital banking, customer experience and bank financial performance UK customers' perceptions</i>	Cajetan I. Mbama, and Patrick O. Ezepeue (2017)	Menguji persepsi pelanggan tentang perbankan digital, pengalaman pelanggan, kepuasan, loyalitas, dan kinerja keuangan di bank-bank Inggris.	<i>Survey, documentation study, multivariate factor analysis, structural equation modelling, and analysis of variance</i>	Faktor utama yang menentukan pengalaman pelanggan adalah kualitas layanan, kualitas fungsional, nilai yang dirasakan, keterlibatan karyawan-pelanggan, kegunaan yang dirasakan dan risiko yang dirasakan.

5	<i>The development of digital banking in modern Russia</i>	Zahid F. Mamedov, Agarzayev Azer (2020)	Mengidentifikasi area kemajuan yang menjanjikan, mempelajari tren utama kemajuan perbankan digital, menentukan klasifikasinya sehubungan dengan pasar perbankan digital Rusia dan area pengembangan yang menjanjikan di Rusia.	<i>Scientific knowledge</i>	Meningkatnya kebutuhan perbankan digital, perkembangan perbankan digital secara kompleks atau paralel yang dilakukan oleh perbankan, dan perluasan implementasi di bank umum dengan layanan perbankan jarak jauh.
6	<i>Digital banking transformation – development and use of electronic banking in Serbia</i>	Aleksandra Nikolic, Daniela Nikolic (2019)	Mengetahui sejauh mana perbankan digital digunakan di Serbia saat ini, menunjukkan kelebihan dan kekurangan, serta pentingnya perkembangannya, yang akan berdampak pada peningkatan layanan perbankan.	<i>Survey, random sampling</i>	Bank harus menawarkan kepada pelanggan cara yang cepat, mudah, andal, dan hemat biaya untuk melakukan akses bisnis ke rekening dan kartu kredit mereka, dan pembayaran elektronik. Sebagian orang di Serbia masih beradaptasi dengan jenis bisnis ini, sementara beberapa terus menggunakan layanan tradisional.
7	<i>Digital Transformation in Banking: A Managerial Perspective on Barriers to Change</i>	Florian Diener, Miroslav Spacek (2021)	Mengidentifikasi hambatan utama yang dirasakan terhadap transformasi digital di sektor perbankan swasta dan komersial dari sudut pandang manajerial dan menganalisisnya sesuai dengan itu.	<i>Interviews, inductive content analysis, the exploration of best-practice approaches</i>	Elemen strategi dan manajemen, teknologi dan regulasi, pelanggan, dan karyawan mendapat perhatian tingkat tinggi dalam transformasi digital.
8	<i>Impact of the new digital competitors on Swiss banking business models</i>	Ozenc Atca Gorgun, Bert Wolfs (2021)	Meneliti dampak pesaing baru perbankan digital pada model bisnis dan rantai nilai perbankan Swiss.	<i>Survey</i>	Ekosistem lintas industri dan kemitraan yang erat dengan pesaing digital baru adalah strategi kunci potensial yang harus ditempuh sebagai model bisnis perbankan Swiss di masa depan.
9	<i>Digital transformation in the Hungarian bank industry – experiences with design thinking</i>	Peter Feher, Krisztian Varga (2019)	Menjelaskan temuan proyek inovatif dengan menggunakan pemikiran desain yang menggambarkan pengalaman dengan perjalanan pelanggan dan persona dalam proyek inovasi yang dihadapi konsumen dan perusahaan di kedua bank.	<i>General design thinking methodology</i>	penggunaan perjalanan pelanggan dan persona jauh lebih mudah dan nyata jika proyek mencoba mengembangkan produk atau solusi konsumen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Agus Riyanto et al., (2018) mengemukakan bahwa penyediaan infrastruktur menunjukkan bahwa akan terjadi perubahan besar terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan di Indonesia perlu menyiapkan teknologi yang memadai untuk menerima perkembangan ini, terutama fasilitas internet yang baik. Fasilitas internet yang cepat menjadi hal yang perlu diperhatikan, karena data yang menghubungkan antar cabang secara digital dengan kantor pusat digunakan untuk memperjelas data pada database di kantor pusat. Pelayanan secara digital yang diberikan oleh bank akan mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi kapan pun dan di manapun.

Cajetan et al., (2018) menemukan bahwa kualitas fungsional bank sangat menentukan efektivitas suatu perbankan digital, dalam hal ini bank perlu merancang fitur yang interaktif dan aksesibilitas pada saat merancang perbankan digital. Aksesibilitas membantu pengguna untuk bisa mengakses dari mana saja. Bank perlu melakukan inovasi, karena melalui inovasi bank dapat membangun layanan yang memberi nilai tambah, membedakan diri, dan memenuhi permintaan pengguna yang berbeda. Kepercayaan atas merek perbankan digital juga bisa meningkatkan loyalitas pengguna, di mana ketika pengguna telah percaya kepada bank maka bank bisa mempertahankan pelanggan dan meningkatkan

profitabilitasnya. Manfaat yang sangat dirasakan oleh pengguna adalah *user-friendly*, di mana pengguna bisa dengan mudah mengakses fitur-fitur yang diberikan bank digital. Risiko yang bisa memengaruhi kinerja perbankan digital adalah masalah keamanan, oleh karena itu bank digital perlu mengantisipasi keamanannya dengan meningkatkan keamanannya secara berkala, memberikan informasi-informasi yang membantu pengguna untuk terhindar dari penipuan, dan beragam cara lainnya. Untuk bisa memberikan pengalaman yang baik, maka perlu ada keterlibatan antara pekerja perbankan dengan pengguna perbankan. Dengan masukan-masukan yang diberikan oleh pengguna dan diterima oleh pekerja perbankan, kemudian dilakukan perbaikan akan membuat kualitas perbankan bisa meningkat.

Anthony Larsson dan Yamit Viitaoja (2016) menyatakan bahwa dengan adanya kustomisasi, para pengguna mengatakan bahwa hal ini membantu dalam penyelesaian masalah yang dialami pengguna dan membuka kemungkinan untuk melakukan interaksi yang mendalam dengan pengguna. Adanya interaksi dengan pengguna ini, bisa membuat waktu tunggu yang diperlukan menjadi lebih singkat, bisa memberikan umpan balik agar bisa lebih baik, dan menawarkan peluang yang lebih besar kepada pengguna untuk mengumpulkan informasi. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah kepedulian bank kepada penggunanya, karena kepedulian ini bisa berdampak positif artinya bisa menumbuhkan kemandirian pada penggunanya sekaligus bisa mengurangi administrasi bank yang membutuhkan banyak waktu. Salah satu bentuk kepeduliannya bisa berupa adanya komunitas, di mana komunitas ini bisa membantu bank dalam membimbing pengguna untuk belajar menangani masalah yang dialaminya, sehingga pengguna akan lebih terlibat dalam penyelesaiannya.

Zahid F. Mamedov dan Agarzayev Azer (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengalaman pengguna memiliki hubungan positif dengan tingkat kepuasan penggunanya dan kepuasan penggunanya berhubungan dengan kesetiaan. Artinya, untuk bisa membuat pengguna merasa puas bank perlu meningkatkan pengalaman pengguna dengan mengembangkan fitur-fitur menarik dan bermanfaat untuk pengguna. Dengan ini, pengguna bisa merasakan pengalaman baru yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya. Setelah mereka merasa puas pada layanan tersebut, maka tahapan selanjutnya adalah kesetiaan mereka terhadap layanan bank.

Aleksandra Nikolic dan Daniela Nikolic (2019) dalam penelitiannya terhadap 120 responden menunjukkan bahwa 58% responden menggunakan *e-banking* yang terjadi pada kelompok usia 30-45 tahun di mana pada umur tersebut adalah kelompok

orang yang berpendidikan tinggi dan bekerja. Responden mengetahui *e-banking* ini dari pekerja perbankan. Hal ini membuktikan bahwa keterlibatan pekerja bank dalam mempromosikan layanan *e-banking* adalah hal yang positif. Sedangkan yang tidak menggunakan *e-banking* ini terjadi pada anak muda yang belum paham tentang teknologi dan juga orang tua. 42% responden yang tidak menggunakan *e-banking*, alasan utamanya adalah tidak memiliki minat, pengetahuan, dan kebutuhan yang memadai untuk menggunakan layanan tersebut. Alasan lainnya adalah tingkat keamanan yang kurang dan kemungkinan adanya penyalahgunaan. Sedangkan alasan responden menggunakan *e-banking* adalah penghematan waktu dan layanan 24 jam. Hal ini membuktikan bahwa penghematan waktu sangat penting dalam era teknologi modern ini.

Florian Diener, Miroslav Spacek (2021) mengemukakan bahwa transformasi digital dalam perbankan berkembang begitu pesat dengan kecepatan yang terus meningkat. Untuk mengadopsi pendekatan digital ini, manajer perusahaan menjelaskan secara rinci apa yang harus dilakukan seperti masalah infrastruktur IT yang harus memadai untuk mendukung perkembangan teknologi baik dari sisi bank tersebut maupun dari sisi infrastruktur yang disediakan oleh negara.

Ozenc Atca Gorgun dan Bert Wolfs (2021) menunjukkan bahwa bank Swiss berinvestasi dalam digitalisasi terutama melalui integrasi saluran digital, meningkatkan solusi digital dan pengalaman keseluruhan, sambil mempertahankan model bisnis yang ada. Agar tetap kompetitif, bank Swiss perlu mengidentifikasi, mengembangkan, dan meluncurkan model bisnis digital baru sebagai inovasi model bisnis mereka. Merek, basis data pengguna, data dan batasan aturan adalah keunggulan utama bank Swiss. Kemudian, mereka perlu fokus untuk memahami kebutuhan dan motivasi klien melalui pendekatan yang berpusat pada pengguna untuk keputusan strategi. Karena *time to market* sangat penting, maka bank Swiss harus meningkatkan kemampuan mereka untuk berkembang dengan cepat.

Peter Feher dan Krisztian Varga (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa untuk bertransformasi dari bank tradisional menjadi bank digital, perlu ada perbuahan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan bank tradisional. Beberapa cara tersebut adalah dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan yang memiliki spesialis sebagai akuntan dan pajak agar bisa menjadi *virtual assistant* yang membantu menjawab permasalahan pengguna, kemudian membangun sebuah platform yang bisa dipakai untuk pengguna, dan melakukan digitalisasi pada proses administrasi untuk meminimalisir dokumen fisik.

V. KESIMPULAN

Untuk membangun perbankan digital yang berkualitas, perlu adanya infrastruktur yang memadai. Infrastruktur tersebut menyangkut dengan kemampuan IT yang siap menampung teknologi perbankan digital, selain itu perlu adanya infrastruktur dari pemerintah juga yaitu fasilitas internet yang memadai agar teknologi perbankan digital ini bisa dimanfaatkan dengan baik.

Dari sisi bank digital yang perlu diperhatikan adalah fitur yang interaktif dan *user-friendly* agar pengguna bisa menggunakan aplikasi bank digital dengan simpel dan nyaman. Selain itu, penghematan waktu dan layanan 24 jam yang mempermudah pengguna dalam mencari solusi dari masalah yang dihadapi. Karena sistem digital, maka tidak perlu lagi menggunakan dokumen-dokumen administratif yang memakan waktu. Layanan 24 jam bisa dibantu dengan fitur *virtual assistant*, di mana teknologi AI membantu menyelesaikan masalah-masalah awal pengguna. Bank juga perlu memberikan pengalaman yang baik untuk penggunanya, dengan begitu pengguna bisa merasakan kepuasan pengalaman yang baru, dan pada akhirnya pengguna bisa menjadi pengguna yang loyal. Terakhir, bank perlu melakukan inovasi, karena perkembangan teknologi di dunia begitu berkembang pesat. Oleh karena itu, bank perlu cepat beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi tersebut.

Namun, masih ada masalah yang masih perlu diatasi perbankan digital yaitu, masalah keamanan data di mana *cyber attack* yang begitu menyeramkan membuat beberapa calon pengguna menjadi enggan untuk menggunakan perbankan digital. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan pembaruan keamanan secara berkala untuk mencegah *cyber attack* tersebut. Masalah kedua adalah ketidakmampuan atau tidak pahamnya calon pengguna mengenai teknologi. Bank digital perlu memperhatikan kemampuan dan pemahaman masyarakat mengenai teknologi. Apabila masyarakat kurang memahami teknologi, maka bank digital memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat dalam memberikan pemahaman mengenai teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Diener, F., & Spacek, M. (2021). Digital Transformation in Banking: A Managerial Perspective on Barriers to Change. *MDPI*.
- FEHÉR, P., & VARGA, K. (2019). DIGITAL TRANSFORMATION IN THE HUNGARIAN BANKING INDUSTRY – EXPERIENCES WITH DESIGN THINKING. *Society and Economy*, 293-310.
- Gorgun, O. A., & Wolfs, B. (2021). Impact of the new digital competitors on Swiss banking business models. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE*, 33-45.
- Hootsuite. (2021). Retrieved from Hootsuite: <https://www.hootsuite.com/>
- Larsson, A., & Viitaoja, Y. (2017). Building customer loyalty in digital banking A study of bank staff's perspectives on the challenges of digital CRM and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 858-877.
- Mamedov, Z. F., & Azer, A. (2020). DEVELOPMENT OF DIGITAL BANKING IN MODERN RUSSIA. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 186-192.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank.
- Mbama, C. I., & Ezeqwe, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 230-255.
- Mbama, C. I., Ezeqwe, P., Alboul, L., & Beer, M. (2018). Digital banking, customer experience and financial performance UK bank managers' perceptions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 432-451.
- Nikolic, A., & Nikolic, D. (2019). DIGITAL BANKING TRANSFORMATION - DEVELOPMENT AND USE OF ELECTRONIC BANKING IN SERBIA. *41st International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 210-216.
- OJK. (2018). Retrieved from OJK: <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx>
- Riyanto, A., Primiana, I., Yunizar, & Azis, Y. (2018). Digital Branch: Competitive Advantage of Banking in. *European Research Studies Journal Indonesia Through Information and Communication Technology to Face the 4th Industrial Era*, 441-454.
- Shvetsov, Y., Tarasova, G., Balikoev, V., & Shmyreva, A. (2020). Digital Bank Concept. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 30-34.