

SERI PUBLIKASI ILMIAH KONTEMPORER UNTAR 2021



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA

S1 Manajemen

**Transformasi Bisnis
di Masa Pandemi:
Tinjauan dari Aspek
Manajemen, Ekonomi,
dan Kewirausahaan**

EDITOR

Frangky Selamat, S.E., M.M.

Ida Puspitowati, S.E., M.E.

Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

SERI PUBLIKASI ILMIAH KONTEMPORER UNTAR 2021

**Transformasi Bisnis di Masa Pandemi: Tinjauan dari
Aspek Manajemen, Ekonomi, dan Kewirausahaan**

ISBN : 978-623-6463-03-1 (PDF)

Penerbit

LPPI UNTAR (UNTAR Press)

Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah Universitas Tarumanagara

Jln. Letjen. S. Parman No. 1

Kampus I UNTAR, Gedung M, Lantai 5

Jakarta 11440

Email: dppm@untar.ac.id

Keanggotaan IKAPI

No.605/AnggotaLuarBiasa/DKI/2021

Copyright © 2021 Universitas Tarumanagara

SERI PUBLIKASI ILMIAH KONTEMPORER UNTAR 2021

Editor Seri

Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.

Ir. Jap Tji Beng, MMSI., Ph.D.

Sri Tiatri, S.Psi, M.Si, Ph.D., Psikolog

Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, I.P.U., ASEAN Eng.

Transformasi Bisnis di Masa Pandemi: Tinjauan dari Aspek Manajemen, Ekonomi, dan Kewirausahaan

Editor

Frangky Selamat, S.E., M.M.

Ida Puspitowati, S.E., M.E.

Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

Penulis

Frangky Selamat

Michelle Louie

Indra Widjaja

Rosida Christina Sari

Salsabila Rizqita Desmar

Claudia Gita Hapsari

Ignatius Roni Setyawan

Lydiawati Soelaiman

Sanny Ekawati

Margarita Ekadjaja

Louis Utama

Callista Devana Suandi

Dessy Febriany

Juwita Djaruma

Marvella Wijaya

Nur Hidayah

Rodhiah

Richard Andrew

Sindika Setiawati

Kartika Nuringsih

Nuryasman

Edalmen

William Susanto

Ronnie Resdianto

Masman

Viny Angellika

Yenita

Louis Utama

Grace Aprilia Christiena

Mellisa

Winday Soon

Yezsa Virginia

Yusi Yusianto

Sawidji Widodoatmodjo

Keni

Hetty Karunia T.

Septihani Michella

LPPI UNTAR (UNTAR PRESS)

Jakarta, Indonesia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv-v
BAB 1	1-16
<i>Membangun Kewirausahaan Digital yang Sukses</i>	
Frangky Selamat, Michelle Louie	
BAB 2	17-32
<i>Transformasi Digital Terhadap Pelayanan Perbankan diMasa Pandemi Covid-19</i>	
Indra Widjaja, Rosida Cristina Sari, Salsabila Rizqita Desmar	
BAB 3	33-57
<i>Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis: Analisis Corporate Social Responsibility dan Corporate Digital Responsibility</i>	
Claudia Gita Hapsari, Ignatius Roni Setyawan	
BAB 4	58-74
<i>Memaksimalkan Kinerja Usaha Melalui Adopsi Media Sosial</i>	
Lydiawati Soelaiman, Sanny Ekawati	
BAB 5	75-96
<i>Implementasi Gpn Untuk Menunjang Stimulasi dan Kemudahan Bisnis</i>	
Margarita Ekadjaja	
BAB 6	97-122
<i>Kiat Sukses Pemasaran Digital dengan Penggunaan Media Sosial Saat Pandemi Covid-19</i>	
Louis Utama, Calista Devana Suandi, Dessy Febriany	
Juwita Djaruma, Marvella Wijaya	
BAB 7	123-134
<i>Penerapan Model Triple Helix dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 pada UKM</i>	
Nur Hidayah, Rodhiah	

BAB 2

Transformasi Digital Terhadap Pelayanan Perbankan di Masa Pandemi Covid-19

Dr. Indra Widjaja

Rosida Cristina Sari

Salsabila Rizqita Desmar

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara,
Jakarta

Abstrak

Kemajuan teknologi di perbankan dan perkembangan industri teknologi keuangan telah menjadi pendorong kuat bagi sistem keuangan untuk meningkatkan stabilitas meskipun di masa pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini memberikan gambaran mengenai strategi meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi perbankan di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif. Pertumbuhan sistem pembayaran digital yang berkembang pesat yaitu quick response code Indonesia standard (QRIS) dan cepatnya laju transaksi bisnis digital melalui e-commerce. Strategi untuk meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi perbankan yaitu pengembangan kapabilitas digital banking, digitalisasi jasa, pengembangan kualitas layanan. Layanan-layanan perbankan digital tersebut terealisasi karena adanya faktor-faktor pendukung. Faktor pendukung tersebut diantaranya pertumbuhan sektor komunikasi dan informatika, kebijakan pemerintah dalam membangun dan menyediakan infrastruktur telekomunikasi, kebutuhan akan layanan digital serta komitmen.

Kata kunci: Bank, Strategi, Pelayanan Digital, Covid-19

1.1 Pendahuluan/Latar Belakang

Pandemi Covid-19 telah memberikan banyak tantangan bagi dunia usaha nasional hampir sepanjang tahun 2020. Namun, perkembangan pada triwulan IV-2020 menunjukkan bahwa perekonomian mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan, dan tanda-tanda berakhirnya pandemi Covid-19. Tetapi hal ini belum jelas. Sejak akhir tahun 2020, pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan aktivitas sosial secara ketat guna menekan penyebaran kasus COVID-19. Hal ini juga akan mempercepat program vaksinasi masyarakat yang diharapkan selesai pada akhir tahun 2021.

Dampak Covid 19 terhadap perekonomian Indonesia pada paruh pertama tahun 2020 cukup signifikan, sehingga ditetapkan pembatasan mobilitas termasuk PSBB. Akibatnya keterbatasan mobilitas, aktivitas ekonomi masyarakat menurun tajam. Penurunan kinerja tersebut terjadi hampir semua sektor, baik konsumsi rumah tangga maupun investasi publik dan swasta.

Penurunan kinerja hampir di seluruh sektor membuat pemerintah melakukan usaha-usaha untuk mengatasi pemulihan ekonomi dari dampak pandemi Covid-19. Pemerintah fokus pada penyediaan likuiditas. Injeksi likuiditas dalam jumlah besar ke pasar uang dan perbankan dilakukan untuk memfasilitasi pembiayaan dunia usaha dan menghidupkan kembali perekonomian nasional. Kondisi likuiditas lebih dari cukup dapat terus menurunkan suku bunga dan kondusif bagi pendanaan ekonomi.

Perlambatan ekonomi juga salah satu efek dari penurunan kinerja berbagai sektor. Dengan menurunnya kinerja berbagai sektor yang kemudian sejalan dengan turunnya aktivitas pembayaran membuat para pelaku industri melakukan berbagai cara untuk bertahan di era pandemi ini. Salah satu cara pelaku industri bertahan pada era ini yaitu bertransformasi ke arah digital. [1] Teknologi digital, termasuk

seluler, dan jaringan internet, telah membawa dampak ke banyak industri, mendorong perusahaan untuk mengadaptasi transformasi digital untuk bertahan atau mempertahankan dominasi di pasar. Hal ini terutama berlaku di Asia Pasifik, di mana ekonomi digital sangat tumbuh dengan cepat.

Transisi ke tahap baru revolusi industri mendorong negara untuk mengembangkan dan menerapkan kebijakan baru yang bertujuan untuk mengubah banyak lembaga dan proses sosial. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan fenomena seperti "ekonomi digital", transformasi radikal sektor keuangan, yang mencakup kegiatan bank, perusahaan asuransi, dan organisasi keuangan lainnya. Stabilitas sistem perbankan merupakan bagian integral dari pertumbuhan dan keberlanjutan di masa depan. Peran sistem perbankan dalam perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan adalah untuk memastikan perekonomian yang stabil dan berkelanjutan [2].

Kemajuan teknologi di bidang jasa perbankan, perkembangan industri teknologi keuangan telah menjadi pendorong kuat bagi sistem keuangan untuk meningkatkan stabilitas, kemampuan beradaptasi terhadap pengaruh eksternal, tanpa memperlambat proses transformasi struktural dan pengembangan persaingan. Tren global yang diamati menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan pangsa layanan keuangan digital. Kajian kondisi perbankan dalam rangka digitalisasi ekonomi bertujuan untuk menetapkan dan mengidentifikasi tolok ukur dan kebutuhan regulasi hukum, menganalisis potensi kemungkinan digitalisasi hubungan di sektor perbankan dalam prinsip kehati-hatian. Industri perbankan di Indonesia dinilai cenderung ketinggalan dalam melakukan transformasi digital. Bahkan, transaksi uang elektronik saat ini didominasi industri keuangan non-bank.

Saat ini, perbankan sudah mulai perlahan melakukan transformasi. Survei yang dilakukan Bank Indonesia pada awal 2019 memperlihatkan perbankan di Indonesia

sudah sadar bergerak ke digital. Dari mulai hanya memberikan layanan ATM saja, perbankan sudah mulai memberikan layanan internet maupun mobile banking. Perkembangan teknologi tidak hanya mempengaruhi industri perbankan saja tetapi banyak perusahaan-perusahaan finansial teknologi bermunculan.

Fintech menawarkan kemudahan dalam bertransaksi keuangan mulai dari metode pembayaran, pengumpulan dana, pinjaman hingga pengelolaan aset bisa kemudian dipercepat dan dipersingkat dengan menggunakan teknologi. Kemudahan yang ditawarkan fintech inilah yang menjadi fokus bagi bank untuk terus berinovasi mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar terpenuhinya keinginan dan kepuasan nasabah serta terjaganya kepercayaan para nasabah kepada bank sehingga nasabah akan loyal terhadap bank. Pada era digitalisasi saat ini, maka bank akan menerapkan fintech 4.0 sebagai media untuk mengembangkan usahanya lewat teknologi [3]. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk memberikan gambaran mengenai pertumbuhan digitalisasi sistem pembayaran dan strategi meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi jasa perbankan di Indonesia, dengan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pertumbuhan sistem pembayaran secara digital dan apa saja strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi jasa perbankan di Indonesia?
2. Faktor pendukung apa saja dalam implementasi strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi jasa perbankan di Indonesia?

1.2 Isi dan pembahasan

Strategi pemasaran adalah proses mengidentifikasi rencana pemimpin kunci yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi [4] dan melibatkan penyusunan metode untuk mencapainya. Strategi bersifat inkremental atau tindakan yang terus berlanjut dan diimplementasikan berdasarkan apa yang diharapkan pelanggan di masa depan [5][6]. Oleh karena itu, strategi seringkali dimulai dengan apa yang

bisa terjadi, bukan apa yang terjadi. Menurut [7], tingkatan strategi dapat dibagi menjadi beberapa strategi:

- Enterprise Strategi

Strategi ini melibatkan respon masyarakat. Setiap organisasi memiliki hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah grup di luar organisasi yang tidak dapat dikendalikan. Masyarakat yang tidak terkendali ini terdiri dari pemerintah dan berbagai organisasi, termasuk kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Oleh karena itu, strategi bisnis mewakili hubungan antara organisasi dan komunitas eksternal selama interaksi dilakukan dengan cara yang dapat menguntungkan organisasi. Strategi ini juga menunjukkan bahwa organisasi benar-benar bekerja dan berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap kebutuhan dan tuntutan masyarakat.

- Strategi Korporat

Strategi Korporat merupakan strategi ini relevan dengan misi organisasi, strategi ini sering disebut sebagai Grand Strategy, yang mencakup area dimana organisasi terlibat. Pertanyaan tentang apa bisnis atau bisnis kita dan bagaimana kita mengelolanya penting tidak hanya untuk organisasi bisnis, tetapi juga untuk semua pemerintah dan organisasi non profit.

- Strategi Bisnis

Strategi ini menjelaskan cara memenangkan pasar di masyarakat. Bagaimana menjaga sebuah organisasi dalam hati para pemimpin, pengusaha, investor, dll. Semua ini bertujuan untuk mewujudkan manfaat strategis sekaligus mendukung pertumbuhan organisasi ke tingkat yang lebih baik.

- Functional Strategy

Strategi ini mendukung dan mempertahankan keberhasilan dari strategi-strategi lainnya. Ada tiga jenis strategi fungsional: Strategi fungsi ekonomi yang mencakup fungsi yang memungkinkan organisasi untuk hidup. Keuangan, pemasaran, sumber daya, dan R & D. Isu strategik dimana fungsi utamanya adalah mengendalikan lingkungan, apakah kondisi lingkungan sudah diketahui sebelumnya atau terus berubah. Tingkat strategi membentuk keseluruhan dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administrasi semata, tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi.

Covid-19 memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan ekonomi dunia. Pandemi ini merupakan tantangan bagi dunia termasuk industri keuangan perbankan. Perbankan dalam hal ini misalnya pertumbuhan kredit pada masa pandemi penyalurannya masih didominasi oleh Pulau Jawa. Dalam hal ini Pulau Jawa adalah salah satu wilayah dengan zona merah. [8] penyaluran kredit perbankan hingga April 2021 masih di dominasi oleh Pulau Jawa dan Sumatera dengan total 82,1% dari total kredit.

Sebelum merebaknya *Coronavirus*, pertumbuhan perbankan diharapkan terus tumbuh diatas 10%. Akan tetapi dampak dari virus ini membuat industri jasa keuangan perbankan mengatur ulang target yang harus dicapai. Industri jasa keuangan perbankan diharapkan juga mempunyai stimulus-stimulus yang tepat agar usaha debitur tetap berjalan meskipun pandemi belum berakhir. Stimulus-stimulus tersebut dapat berupa restrukturisasi kredit dengan penurunan suku bunga, penambahan jangka waktu kredit bahkan penundaan pembayaran bunga. Sehingga debitur atau nasabah tidak melakukan cedera janji (wanprestasi) dan merasakan bahwa perbankan membantu keberlangsungan usaha mereka.

Industri lembaga keuangan perbankan harus turut meminimalkan resiko penularan *Coronavirus* dikarenakan penyebaran *Coronavirus* sangat cepat, permasalahannya penyebaran virus bisa melalui uang kertas. WHO merekomendasikan agar mencuci tangan setelah memegang uang kertas karena *Coronavirus* dapat bertahan pada uang tunai selama beberapa hari. Lembaga perbankan harus melihat ini sebagai peluang dan tantangan. Industri jasa keuangan perbankan harus sigap dalam meningkatkan pelayanan digital dengan contoh pembayaran secara non tunai/ *cashless*. Sehingga diharapkan transaksi non tunai/ *cashless* ini turut menurunkan resiko penularan *Coronavirus*.

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke arah pembayaran nontunai yang lebih efisien dan murah. Pembayaran nontunai biasanya dilakukan melalui transfer antar bank atau *wire transfer* daripada menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan kartu sebagai metode pembayaran, seperti ATM, kartu debit dan kartu kredit. Terlepas dari semua hal negatif, pandemi telah memberikan banyak peluang kepada sektor perbankan untuk meluncurkan banyak inisiatif digital [9].

Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan tren bisnis adalah faktor-faktor pendorong bagi industri keuangan perbankan untuk terus berinovasi. Pembayaran secara *cashless* ini mendorong akselerasi teknologi keuangan digital. Transaksi pembayaran nontunai/ *Cashless* baik melalui ATM, kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik (UE) mengalami perubahan, volume transaksi pembayaran melambat. Tetapi, transaksi digital banking dan uang elektronik tumbuh. Perkembangan positif terlihat pada peningkatan preferensi dan ekspektasi masyarakat terhadap penggunaan platform dan instrumen keuangan digital, seperti e-commerce, untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Pandemi memaksa banyak

orang, termasuk yang menolak penggunaan teknologi digital dalam layanan perbankan, untuk mengadopsi penggunaan layanan perbankan digital. Durasi pembatasan sosial yang lebih lama ini akan membantu nasabah untuk membiasakan diri dengan layanan perbankan digital, dan kemungkinan mereka pindah ke cabang fisik akan lebih kecil setelah pembatasan sosial selesai sepenuhnya [10].

Digitalisasi sistem pembayaran mendorong ekonomi dan keuangan digital sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. Digitalisasi sistem pembayaran merupakan implementasi dari Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025. Percepatan digitalisasi pembayaran bertujuan untuk memudahkan masyarakat bertransaksi termasuk di tengah pandemi. Inisiatif transformasi digital melalui quick response code Indonesia standard (QRIS), perluasan akses UMKM, digitalisasi perbankan dengan kolaborasi antara industri keuangan perbankan dan *fintech*. Bank Indonesia juga melanjutkan program digitalisasi pembayaran di berbagai sektor untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dan mempercepat pemulihan ekonomi.

QRIS menawarkan berbagai utilitas. Artinya, transaksi cepat dan tercatat, efisien dan gratis, terkini, aman di bawah pengawasan Bank Indonesia dan lebih higienis tanpa kontak fisik. Penggunaan QRIS dalam transaksi pembayaran menjadi semakin populer dan tersebar luas di seluruh Indonesia baik dari segi volume transaksi dan nilai nominal, serta jumlah penjual. Saat ini QRIS digunakan untuk menghubungkan sekitar 5,8 juta retailer nasional.

Digitalisasi sistem pembayaran telah mempercepat laju transaksi bisnis digital melalui *e-commerce* di masa pandemi Covid-19. Baik transaksi ekonomi maupun pembayaran fisik mengalami penurunan, namun nilai nominal transaksi *e-commerce* diperkirakan mencapai Rp266,3 triliun pada tahun 2020. Dengan

pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, pembayaran digital juga berkembang pesat, terbukti dengan meningkatnya penggunaan UE dalam *e-commerce*. Karena pandemi Covid-19, konsumen dipaksa lebih banyak berbelanja online, percakapan melalui platform social media twitter meningkat sebanyak 60% mengenai belanja online sejak Maret 2020. Pemberlakuan PSBB menjadikan masyarakat aktif berbelanja online [11]. Akibat peningkatan volume ini, tingkat penggunaan *e-commerce* (EU) di *e-commerce* pada Q4 2020 mencapai 41.71% jauh lebih tinggi dari tingkat penggunaan transfer bank dan metode pembayaran tunai 20,23% dan 19,01%.

Layanan perbankan digital telah sepenuhnya mengubah cara bank menjalankan bisnis mereka. Terjadi perubahan fokus dari perspektif perbankan menjadi lebih pada kebutuhan nasabah. Hal ini terlihat dari peningkatan penggunaan platform digital, volume transaksi online dan pemanfaatan platform online, baik secara langsung maupun melalui berbagai aplikasi [12]. Industri keuangan perbankan melakukan berbagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi dengan menggunakan platform sosial media untuk menyampaikan, mensosialisasikan produk keuangan serta melayani nasabah apabila ada kendala dan keluhan. Contohnya adalah komunikasi interaktif 2 arah sehingga nasabah merasa lebih terhubung dan proses komunikasi lebih cepat. Strategi ini dianggap berhasil karena menghilangkan paradigma apabila ada permasalahan mengenai keuangan harus datang ke Bank dan antriannya lama. Tuntutan digitalisasi menyebabkan semua elemen di masyarakat harus paham mengenai era Industri 4.0. Dengan memberikan pemahaman yang lebih utuh dan mendalam, otomatis masyarakat termotivasi untuk merespon perubahan tersebut.

Digital banking sudah terlihat pada Bank yang ada di Indonesia. Contoh pelayanan digitalisasi yang sudah berjalan adalah *ATM*, *mobile banking*, *sms banking* dan *internet banking*. Potensi yang sangat besar dari internet banking sudah

mendapatkan perhatian khusus oleh pemerintah, akademisi, peneliti dan lembaga keuangan. Hal ini dilakukan untuk kepentingan konsumen, pelaku bisnis dan institusi perbankan. Penggunaan mobile banking secara drastis di sisi bawah di India meskipun manfaatnya sangat besar [13]. Sejalan dengan anjuran pemerintah menerapkan PSBB dan perubahan perilaku masyarakat untuk lebih banyak beraktifitas di dalam rumah. Hal ini ditangkap oleh industri keuangan perbankan sebagai potensi dan kesempatan untuk menarik perhatian dan meningkatkan calon nasabah. Sehingga, beberapa tahun terakhir Bank sudah bisa menghadirkan suatu transformasi pengembangan kapabilitas digital banking; digital branding & proposition, new digital channel. Pengembangan digitalisasi jasa seperti pembukaan rekening digital, layanan keuangan digital, call virtual assistant, remittance mobile. Pengembangan kualitas layanan seperti fun referral program dan education cash management yang kesemuanya tidak diperlukan untuk datang langsung ke Bank.

Adanya digitalisasi perbankan dapat berdampak pada efisiensi yang dikeluarkan sehingga dengan kata lain digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan. Menurut peraturan [14] tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana Perbankan Digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan untuk memaksimalkan penggunaan data nasabah untuk memberikan informasi kepada nasabah dengan mudah dan cepat berdasarkan pengalaman mereka. Pelanggan dapat mengelolanya sepenuhnya secara mandiri dengan memperhatikan berbagai aspek keselamatan. Mengingat tren terkini dan pengalaman terkait pembatasan terkait pandemi, pembayaran digital telah mengubah statusnya dari sarana kenyamanan menjadi sarana kebutuhan. [15] mengatakan beberapa layanan perbankan digital adalah internet banking, phone banking, sms banking, dan mobile banking. Mobile banking jenis transaksinya antara lain informasi saldo, transfer saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembelian dan pembayaran.

Layanan-layanan perbankan digital tersebut terealisasi karena adanya faktor-faktor pendukung. Salah satu faktor pendukung tersebut yaitu pertumbuhan sektor komunikasi dan informatika di Indonesia mampu mendukung pengembangan digitalisasi perbankan. Menurut [16], pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi juga cukup tinggi mencapai 10,6 persen (YoY) tumbuh baik dibandingkan triwulan sebelumnya triwulan II tahun 2020 maupun triwulan III tahun 2019.

Faktor pendukung yang kedua adalah kebijakan pemerintah dalam membangun dan menyediakan infrastruktur telekomunikasi untuk menjangkau semua masyarakat. [17], mengungkapkan bahwa kabel serat optik yang menghubungkan Sabang hingga Merauke dengan akses komunikasi internasional dan lebih dari 34.000 tower yang meningkatkan akses internasional. Tiga satelit, yakni Satelit Telkom 2, Telkom 3S, dan Merah Putih dioperasikan dengan total 133 transponder untuk menjangkau kawasan terdepan, terluar dan tertinggal yang belum terjangkau kabel serat optik.

Faktor pendukung lainnya kebutuhan akan layanan yang praktis, cepat dan mudah. Kebutuhan dan tuntutan nasabah mendorong transaksi lebih cepat Di sektor perbankan yang semakin kompetitif di era digital, industri keuangan perbankan mengembangkan layanan digital, mulai dari pengembangan berbagai fitur hingga pembentukan fitur baru terus dilakukan.

1.3 Penutup

Pandemi Covid-19 telah memberikan banyak tantangan bagi dunia usaha nasional hampir sepanjang tahun 2020. Dampak Covid 19 terhadap perekonomian Indonesia pada paruh pertama tahun 2020 cukup signifikan, sehingga ditetapkan pembatasan mobilitas termasuk PSBB. Akibatnya keterbatasan mobilitas, aktivitas

ekonomi masyarakat menurun tajam. Penurunan kinerja tersebut terjadi hampir semua sektor, baik konsumsi rumah tangga maupun investasi publik dan swasta.

Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan fenomena seperti "ekonomi digital", transformasi sektor keuangan, yang mencakup kegiatan bank, perusahaan asuransi, dan organisasi keuangan lainnya. Stabilitas sistem perbankan merupakan bagian integral dari pertumbuhan dan keberlanjutan di masa depan. Peran sistem perbankan dalam perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan untuk memastikan perekonomian yang stabil dan berkelanjutan.

Saat ini, perbankan sudah mulai perlahan melakukan transformasi. Survei yang dilakukan Bank Indonesia pada awal 2019 memperlihatkan perbankan di Indonesia sudah sadar bergerak ke digital. Dari mulai hanya memberikan layanan ATM saja, perbankan sudah mulai memberikan layanan internet maupun mobile banking. Perkembangan teknologi tidak hanya mempengaruhi industri perbankan saja tetapi banyak perusahaan-perusahaan finansial teknologi bermunculan.

Digitalisasi sistem pembayaran mendorong ekonomi dan keuangan digital sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. Digitalisasi sistem pembayaran merupakan implementasi dari Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025. Percepatan digitalisasi pembayaran bertujuan untuk memudahkan masyarakat bertransaksi termasuk di tengah pandemi. Inisiatif transformasi digital melalui quick response code Indonesia standard (QRIS), perluasan akses UMKM, digitalisasi perbankan dengan kolaborasi antara industri keuangan perbankan dan *fintech*.

Layanan-layanan perbankan digital tersebut terealisasi karena adanya faktor-faktor pendukung. Salah satu faktor pendukung tersebut yaitu pertumbuhan sektor komunikasi dan informatika di Indonesia mampu mendukung pengembangan

digitalisasi perbankan. Menurut Bappenas (2020), pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi juga cukup tinggi mencapai 10,6 persen (YoY) tumbuh baik dibandingkan triwulan sebelumnya triwulan II tahun 2020 maupun triwulan III tahun 2019. Faktor pendukung yang kedua adalah kebijakan pemerintah dalam membangun dan menyediakan infrastruktur telekomunikasi untuk menjangkau semua masyarakat. Faktor pendukung lainnya kebutuhan akan layanan yang praktis, cepat dan mudah. Kebutuhan dan tuntutan nasabah mendorong transaksi lebih cepat Di sektor perbankan yang semakin kompetitif di era digital, industri keuangan perbankan mengembangkan layanan digital, mulai dari pengembangan berbagai fitur hingga pembentukan fitur baru terus dilakukan.

Referensi

- [1] Margiono, Ari. 2021, *Digital Transformation*, Journal of Business Strategy 42 (5), hal 315-322
- [2] Ntarmah, A. K, 2019, *Banking system stability and economic sustainability: a panel data analysis of the effect of banking system stability on sustainability of some selected developing countries*”, *Quantitative Finance and Economics*. In *Quantitative Finance and Economics, Vol. 3 No. 4*, (pp. 709-738).
- [3] Chen, M. A., 2019, How Valuable Is FinTech Innovation? 2062–2106
- [4] Ahmad, F., Mustapa, Z., Ilyas, B., & Halim Perdana Kusuma, A., 2020, Relationship of TQM on Managerial Performance: Evidence From Property Sector in Indonesia. 47–57. <https://doi.org/10.15722/jds.17.12.20201.47>
- [5] Nurhilalia, Rahman Kadir, A., Mahlia, M., Jusni, & Aditya, H. P. K. P., 2019, Determinant of market orientation on SME performance: RBV and SCP perspective. In *Journal of Distribution Science* (Vol. 17, Issue 9, pp. 35–45). <https://doi.org/10.15722/jds.17.09.201909.35>
- [6] Putra, A. H. P. K., Haming, M., Murdifin, I., Zulfikar Syaiful, A., & Aditya, H. P. K. P. (2019). The Application of SERVQUAL Distribution In Measuring Customer Satisfaction of Retails Company. *Journal of Distribution Science*
- [7] Kotler, P., Armstrong, G., & Philip Kotler, G. A., 2010, *Principles of Marketing* (Sally Yagan (ed.); 14th ed.). Pearson education.
- [8] Kontan, 2021, Pulau Jawa Berkontribusi 67,5% dari Total Kredit Perbankan di April 2021, diakses 8 September 2021. (<https://keuangan.kontan.co.id/news/pulau-jawa-berkontribusi-675-dari-total-kredit-perbankan-di-april-2021>)
- [9] Research Dive. 2021. *COVID-19 Pandemic will Have Positive Impact on Digital Banking Market, Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2019–2026*.
- [10] Khidhir, A., 2020, *Will COVID-19 reshape digital banking?* Retrieved from www.finextra.com/blogposting/18766/will-covid-19-reshape-digital-banking

- [11] Afrianto, A. P., 2021, *Eksplorasi Kondisi Masyarakat dalam Memilih Belanja Online melalui Shopee selama Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia*, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, 3 (1) hal 10-29.
- [12] Bankole, F. B., 2011, *Mobile banking adoption in Nigeria*. The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries, Vol. 47 No. 1, p. 47.
- [13] Poddar, B. E., 2016, *Digital and Beyond New Uses pattern of Horizons in Indian Banking*. (pp. pp 1-43). The Boston Consulting Group, FICCI, Indian Bank's Association, Mumbai,.
- [14] Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum
- [15] Tafti, Z. J., 2020, *Impact of the COVID-19 outbreak on digital payments*. Retrieved from PWC of India: www.pwc.in/consulting/financial-services/fintech/dp/impact-of-the-covid-19-outbreak-on-digital-payments.html
- [16] Bappenas, 2020, Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan III Tahun 2020, Edisi Vol 4 No. 3, 3 November 2020.
- [17] CNN, 2020, Telkom Giatkan Pembangunan Infrastruktur Telekomunikasi diakses pada 8 September 2021.
(<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201020112404-97-560398/telkom-giatkan-pembangunan-infrastruktur-telekomunikasi>)