

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pelaku industri jasa keuangan dalam menarik minat nasabah saat ini memiliki berbagai macam variasi yang menyebabkan tingkat persaingan tinggi. Pada keadaan lainnya, adanya perubahan pola perilaku yang terjadi di kehidupan masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh industri keuangan juga disebabkan karena adanya perkembangan zaman menuju ke arah yang lebih modern dan semakin canggih. Perbankan sebagai salah satu sektor penyedia layanan keuangan tentunya perlu menyikapi perkembangan ekonomi dan keuangan digital serta perubahan perilaku masyarakat yang mengarah kepada layanan digital sebagai suatu peluang sekaligus tantangan. Hal ini disampaikan dalam buku *Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia (2020-2025)*.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12 /POJK.03/2018 Pasal 1, Layanan Perbankan Digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan. Penggunaan Teknologi Informasi yang berkembang di Indonesia dapat dimanfaatkan oleh industri perbankan, antara lain dengan melakukan kerjasama dengan para mitra perbankan ataupun dengan melakukan perkembangan terhadap infrastruktur yang tersedia secara mandiri. Dengan begitu, maka nasabah akan merasakan kenyamanan yang maksimal karena adanya pemberian pelayanan kepada nasabah yang dilakukan tanpa adanya batasan tempat dan waktu, serta biaya yang dikeluarkan menjadi lebih berkurang.

Peningkatan penggunaan teknologi informasi dalam peningkatan pelayanan kepada nasabah secara personal mengarahkan Bank dalam suatu era baru yaitu era Perbankan Digital (*Digital Banking*) menurut Mbama, & Catejan, tahun 2018 melalui Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia pada halaman 295. Tuntutan

digital banking tersebut juga diperkuat oleh pergeseran kepemilikan bisnis yang saat ini didominasi oleh generasi milenial yang lebih menyukai kenyamanan transaksi *online* melalui platform digital. (Hadion Wijoyo, 2021, hlm 204).

Berdasarkan hasil riset *Hootsuite dan We Are Sosial*, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu mencapai 73,7 % dari total populasi ± 274,9 juta penduduk, hal ini menggambarkan bahwa perbankan harus mengubah strateginya dalam segala kegiatan yang terdapat pada ruang lingkup perbankan menjadi ke arah digital, hal ini disampaikan Ismail Fahmi (2021) melalui artikel suara.com.

Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2018 Pasal 3 yaitu Bank menyelenggarakan Layanan Perbankan Elektronik (*electronic banking*) dengan memanfaatkan saluran distribusi (*delivery channel*), maka dapat diartikan bahwa layanan perbankan sebaiknya dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital yang bisa tersedia pada perangkat *device* dan juga pada aplikasi yang berupa *software* sebagai sarana pelaksanaannya, hal ini dilakukan guna memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern.

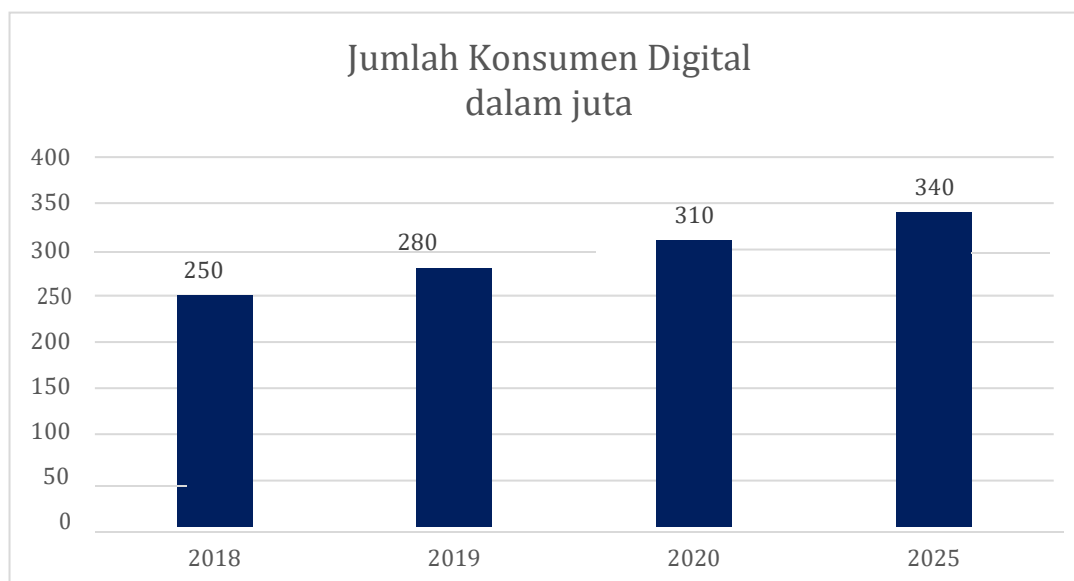
Menurut Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 27/SEOJK.03/2016 Kegiatan sistem pembayaran dan *electronic banking* terdiri dari produk dan/atau aktivitas berupa kegiatan kliring atau kirim uang ke bank lain, kegiatan penyelesaian akhir transaksi yang dilakukan antar bank atau yang biasa disebut dengan kegiatan *settlement*, penyelenggara transfer dana, adanya alat pembayaran yang menggunakan kartu seperti *e-money* atau uang elektronik, *phone banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, *internet banking*, serta produk dan layanan *banking* lainnya yang sesuai dengan aturan perundang-undangan yang berlaku.

Pada buku *Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia (2020-2025)* dituliskan bahwa seiring dengan berkembang pesatnya ekonomi digital di Indonesia, maka perbankan perlu mengakselerasi digitalisasi produk dan layanannya agar dapat memenuhi ekspektasi masyarakat. Digitalisasi layanan perbankan bukanlah sebuah pilihan, namun sudah menjadi keniscayaan. Kedepannya pengembangan perbankan digital tidak hanya fokus pada penghimpunan dan penyaluran dana saja namun juga mencakup pula dorongan inovasi teknologi pendukung digitalisasi perbankan.

Adanya upaya peningkatan mutu terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya serta peningkatan terhadap efisiensi kegiatan operasional merupakan tujuan adanya *digital banking*. Dalam melakukan transaksi perbankan, pengguna layanan perbankan digital juga tidak perlu lagi datang ke kantor cabang bank karena semua layanan perbankan digital dapat diakses secara *anywhere* dan *anytime*, hal ini dilakukan untuk meminimalisasi terjadinya interaksi secara langsung. Tentu hal ini sangat bermanfaat dalam situasi yang dialami Indonesia saat ini yaitu pada masa pandemi Covid 19.

Berdasarkan situs databoks.katadata.co.id, jumlah konsumen digital hingga akhir 2020 diperkirakan mencapai 310 juta orang yang sebelumnya di tahun 2019 hanya sebesar 280 juta orang. Angka ini diprediksi akan meningkat menjadi 340 juta orang pada tahun 2025. Adapun dapat dilihat pada data dibawah ini.

Gambar 1. Jumlah Konsumen Digital



Sumber : katadata.co.id

Adanya peningkatan jumlah konsumen digital ini berhubungan dengan terjadinya pandemi Covid-19 yang menyebabkan masyarakat harus melakukan *social distancing* sehingga mereka pun memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan melakukan belanja *online* untuk meminimalisasi terjadinya kontak fisik. Berdasarkan data *Analytic Data Advertising* (ADA) melalui situs katadata.co.id pula menunjukkan bahwa lonjakan belanja daring meningkat sebesar 300% sejak terjadinya pandemi yang melanda di Indonesia pada Maret tahun lalu. Hal ini disebabkan karena adanya pembatasan sosial dan kontak fisik secara langsung,

Samsiah, 2021

TINJAUAN AKSELERASI TRANSFORMASI DIGITAL PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Perbankan Dan Keuangan Program Diploma

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

yang dimana perubahan ini sangat berdampak juga terhadap layanan perbankan. Oleh karena itu, sebagai badan penggerak perekonomian Indonesia, Bank Indonesia (BI) mendorong inovasi pembayaran non tunai guna menghadapi situasi pandemi yang sedang berlangsung. Alhasil, Bank perlu mengakselerasi transformasi digital agar dapat terus melayani masyarakat. Salah satunya adalah Bank Mandiri.

Berdasarkan situs resmi Bank Mandiri, terdapat informasi bahwa pada Kuartal I-2021 nilai aset Bank Mandiri meningkat 20% (yoy) menjadi Rp 1.584,06 triliun, hal ini yang kemudian membuat Bank Mandiri menjadi bank terbesar di Indonesia berdasarkan nilai aset. Dilansir dari berita *online* kontan.co.id terdapat informasi bahwa sejak beberapa tahun terakhir, ditambah lagi sejak munculnya pandemi pada tahun lalu membuat terjadinya peralihan transaksi nasabah Bank Mandiri ke kanal digital yang semakin meningkat. Menurut Rico selaku Direktur Teknologi Informasi Bank Mandiri, telah terjadi kenaikan transaksi digital sebesar lebih dari 50% dari tahun sebelumnya untuk layanan transaksi Mandiri Online yang mencapai 620 juta transaksi, serta pada layanan transaksi Mandiri Cash Management yang mengalami peningkatan lebih dari 20% menjadi 83 juta transaksi, peningkatan ini terjadi selama tahun 2020. Adapun transaksi bank digital yang terdapat pada Bank Mandiri terbagi menjadi 2 (dua) segmen, yaitu segmen *retail* yang diantaranya terdapat transaksi uang elektronik atau *e-money*, Mandiri QRIS, Mandiri ATM, Mandiri EDC, dan masih banyak yang lainnya. Serta pada segmen *wholesale* antara lain transaksi *trade*, *cash management*, bank garansi, dan lain-lain.

Oleh karena itu, sebagai salah satu raksasa perbankan di tanah air sudah pasti Bank Mandiri tidak melupakan pentingnya mempunyai sistem TI (Teknologi Informasi) yang memadai. Hal ini juga sesuai dengan tujuan dari Bank Mandiri itu sendiri yaitu untuk menjadi Bank modern terbesar di Indonesia pada segmen retail atau bisa disebut dengan *Modern Digital Retail Bank* dengan menyediakan beberapa layanan yang selalu mengikuti perkembangan dan kebiasaan baru nasabah dalam melakukan transaksi. Adapun menurut Rudi As Aturridha yang merupakan *corporate secretary* PT Bank Mandiri Tbk melalui situs tempo.co dituliskan bahwa Bank Mandiri sendiri telah mengalokasikan sekitar Rp 1,7

triliun untuk *digital banking* Bank Mandiri 2021. Sebagai salah satu bentuk implementasi Bank Mandiri dalam upaya akselerasi transformasi digital adalah dengan lahirnya aplikasi bernama *Livin' by Mandiri* yang merupakan layanan *updating* atau layanan yang telah diperbaharui dan lebih modern dari yang sebelumnya yaitu *Mandiri Online* dengan menerapkan akses layanan keuangan yang lengkap termasuk salah satunya adalah *biller*.

Atas dasar latar belakang tersebut maka penulis memilih judul Tugas Akhir **“Tinjauan Akselerasi Transformasi Digital PT Bank Mandiri (Persero) Tbk”** yang dimana akan membahas mengenai perkembangan *digital banking* di Bank Mandiri serta beberapa hal yang terkait dengan digitalisasi perbankan yang terjadi di Bank Mandiri.

I.2 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Mengetahui perkembangan *digital banking* di Bank Mandiri.
2. Mengenal produk-produk digital pada Bank Mandiri
3. Mengetahui inovasi produk digital yang diterapkan pada Bank Mandiri serta perbandingannya sebelum dan sesudah dilakukan akselerasi transformasi digital.

I.3 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Secara Teoritis, diharapkan penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Pembaca serta Pelaku Akademis untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam mengikuti perkembangan *digital banking* di Bank Mandiri.
2. Secara Praktis, diharapkan penulisan Tugas Akhir ini memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan bagi Bank Mandiri dalam mengimplementasikan produk-produk digital perbankan serta menambah pengetahuan dan wawasan bagi Nasabah atau Calon Nasabah yang melakukan transaksi di Bank Mandiri.