

# PERSEPSI KOMUNIKASI LAYANAN DIGITAL BANK

## PERCEPTION OF DIGITAL BANK SERVICE COMMUNICATION

Wa Ode Nurul Yani<sup>1</sup>, Dudi Yudhokusuma<sup>2</sup>, Asep Dion Nugraha Rachmatuloh<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Langlangbuana

<sup>1</sup>yaniwaodenurul@gmail.com

---

### ABSTRAK

Bank mengedukasi nasabah dalam komunikasi layanan bank digital agar selalu *aware* dalam keamanan transaksi digital secara *self service*. Tampilan aplikasi dan sistem jaringan bank yang komunikatif dan intuitif membantu nasabah yang kebingungan ketika menggunakan aplikasi bank. Nasabah terbiasa dan merasa nyaman melakukan segala sesuatunya melalui internet dan nontunai. Big data sebagai media data digital bank memberikan otentifikasi dan keamanan data. Menjamin keamanan data dan transaksi nasabah dengan perlindungan secara berlapis. Internet banking lebih hemat biaya daripada melakukan transaksi tunai. Internet banking lebih mudah, praktis, aman, nyaman, tidak memiliki batasan waktu, cakupan global, dan fitur layanan beragam. Fungsi bank digital dapat menangani, memilih, menghitung, menyusun, melaporkan, dan mengirimkan informasi yang diperlukan nasabah, sehingga dalam beberapa detik dapat memberikan hasil yang akurat, benar dan tepat waktu.

**Kata kunci:** Nasabah, *big data*, bank digital

### ABSTRACT

*The Bank educates customers in communicating digital bank services so they are always aware of the security of digital transactions by self-service. The communicative and intuitive display of the bank network system and application helps customers who are confused when using the bank application. Customers are accustomed to and feel comfortable doing everything through the internet and non-cash. Big data as a digital data media bank provides data authentication and security. Ensuring data security and customer transactions with multiple layers of protection. Internet banking is more cost effective than making cash transactions. Internet banking is easier, practical, secure, convenient, has no time limit, global coverage, and various service features. The function of a digital bank can handle, select, calculate, arrange, report, and send information needed by customers, so that in a few seconds can provide accurate, correct and timely results.*

**Keywords:** Customer, *big data*, digital bank

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin maju yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan zaman. Dengan adanya kemudahan yang

diperoleh dari komunikasi dan informasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat nasabah semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Kebutuhan dan keinginan nasabah semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga bank saling berkompetisi dalam memuaskan kebutuhan nasabah.

Layanan kepada nasabah dalam dunia perbankan menjadi suatu hal yang penting. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud dan memerlukan umpan balik untuk menilai kualitas layanannya. Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk menuntut layanan yang cepat, tepat, teliti, akurat, aman dan ramah. Kepuasan atas layanan yang berkualitas merupakan suatu syarat yang penting yang harus dimiliki suatu bank dalam mencari dan mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabahnya. Pihak bank harus melakukan inovasi dalam berbagai macam produk dan jasa baru kepada nasabah dengan disertai keanekaragaman keunggulan fasilitas, produk dan jasa secara elektronik dan digital. Layanan produk dan jasa bank harus ditunjang dengan pemberian suatu tingkat layanan prima, dimana semua itu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Layanan bank kepada nasabah juga menyangkut faktor-faktor fisik yang mempengaruhi penilaian nasabah atas layanan elektronik dan digital yang diterima dalam membantu menyelesaikan keluhan atau masalah yang dihadapi nasabah, kesungguhan karyawan dalam membantu nasabah, profesionalisme karyawan dalam bekerja, keramahan dan kesopanan karyawan dalam menghadapi nasabah. Layanan yang menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan nasabah. Dengan layanan yang prima, nasabah akan merasa keanggotaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan,

sedangkan kepuasan atas layanan yang diberikan itu akan menumbuhkan dan meningkatkan kepuasan nasabah bank.

Kualitas layanan elektronik dan digital merupakan suatu bentuk penilaian para nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan, kepuasan nasabah dalam bidang jasa dalam hal ini bidang perbankan yaitu nasabah merupakan elemen yang terpenting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Layanan informasi merupakan kegiatan memberikan pemahaman kepada individu-individu yang berkepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk menjalani suatu tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah suatu tujuan atau rencana yang dikehendaki dalam melakukan transaksi perbankan.

Bank di Indonesia sendiri belum banyak yang sudah menerapkan penuh layanan perbankan digital. Dengan kemudahan yang ditawarkan dalam layanan perbankan digital diharapkan bank-bank di Indonesia segera menerapkan layanan perbankan digital untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah-nasabahnya. Layanan perbankan digital dengan berbagai layanan yang ditawarkan memiliki banyak kelebihan, diantaranya yaitu: nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung, hemat waktu dan biaya, dapat diakses dimana saja, mudah dan praktis, memberikan keamanan dan kenyamanan dan mengurangi penggunaan kertas.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) didirikan tahun 1957 telah menjadi salah satu bank swasta terbaik dan terkemuka di Indonesia yang fokus pada bisnis perbankan dan terus menawarkan beragam

inovasi teknologi yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara praktis, aman, dan nyaman serta menyediakan fasilitas kredit dan solusi keuangan bagi segmen modal korporasi, komersial dan UKM. Kecanggihan layanan dan produk solusi perbankan yang ditawarkan mendorong loyalitas nasabah yang membuahkan keberhasilan dalam mempertahankan performa kinerja yang positif di tengah persaingan sektor perbankan yang semakin kompetitif.

Prestasi BCA menguasai pangsa pasar dan menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat meraih dua penghargaan sekaligus, yaitu Bank Terbaik di Indonesia dan Bank Asia Terbaik untuk keempat kalinya dalam ajang FinanceAsia Country Awards for Achievement 2019 yang diselenggarakan tanggal 27 Juni 2019 di Hong Kong. BCA dinilai mampu mempertahankan pertumbuhan laba yang solid di tengah persaingan sektor perbankan yang semakin kompetitif, BCA dinilai memiliki keunggulan sistem pembayaran yang canggih dan inovatif. Transformasi digital layanan BCA melalui internet dan mobile banking, dan berbagai aplikasi, fitur, alat pembayaran nontunai yaitu Flazz BCA, Sakuku dan fitur-fitur seperti QRku, OneKlik BCA, Keyboard, dan Buka Rekening Online.

Kualitas layanan menjadi faktor keberhasilan dalam bisnis perbankan. Komunikasi layanan petugas call center bank adalah sebuah proses komunikasi, dengan berkomunikasi orang dapat mengerti dirinya sendiri dan mengerti orang lain, juga dapat memahami apa yang dibutuhkannya dan apa yang dibutuhkan orang lain. Dalam memudahkan nasabah berkomunikasi dengan pihak bank, maka tim customer service memberikan layanan

call center Halo BCA 1500888 yang akan membantu nasabah mendapatkan bantuan serta layanan produk perbankan selama 24 jam dengan berbagai macam kemudahan melalui aplikasi percakapan yaitu VIRA BCA, BCA Webchat dan BCA Twitter dan BCA Whatsapp. Petugas call center berkomunikasi antarpribadi dalam melakukan interaksi dengan nasabah dalam memenuhi segala kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga menciptakan komunikasi yang akrab dan menyenangkan.

## 1.2 Fokus Penelitian

Komunikasi layanan yang dilakukan oleh *Costumer Service* kepada nasabah adalah ujung tombak bisnis perbankan. Persaingan tajam dalam bisnis perbankan ini, menuntut BCA selalu memberikan layanan yang prima dan inovatif. Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian adalah bagaimana persepsi nasabah tentang komunikasi layanan digital bank pada nasabah PT Bank Central Asia di Bandung.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

- a. Bagaimana persepsi nasabah tentang *cyber space* dalam komunikasi layanan digital bank?
- b. Bagaimana persepsi nasabah tentang *cyber society* dalam komunikasi layanan digital bank?
- c. Bagaimana persepsi nasabah tentang *cyber culture* dalam komunikasi layanan digital bank?

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian adalah mengetahui persepsi nasabah tentang komunikasi layanan digital bank pada nasabah PT Bank Central Asia di Bandung.

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

- a. Mengetahui persepsi nasabah tentang *cyber space* dalam komunikasi layanan digital bank.
- b. Mengetahui persepsi nasabah tentang *cyber society* dalam komunikasi layanan digital bank.
- c. Mengetahui persepsi nasabah tentang *cyber culture* dalam komunikasi layanan digital bank.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai kontribusi hasil penelitian adalah:

- a. Mengembangkan peran dan fungsi komunikasi layanan perbankan secara digital dalam meningkatkan kualitas layanan tanpa nasabah harus datang ke bank.
- b. Mengembangkan teknologi informasi menuju inovasi transaksi perbankan digital secara nontunai dalam menghadapi kompetisi bisnis perbankan.
- c. Mengembangkan transaksi perbankan yang cepat, tepat, mudah, murah dan dapat diakses di mana saja.
- d. Mengembangkan komunikasi layanan digital bank untuk memberikan kenyamanan dan keamanan kepada nasabah bank.
- e. Mengembangkan konsep *Green World* dalam mengurangi penggunaan kertas melalui layanan digital bank.

- f. Mempertahankan kepercayaan dan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank.

### 1.6 *Communication Mediated Computer* sebagai Landasan Teori

Dalam era teknologi informasi hari ini, mode komunikasi yang diperantarai internet dan telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, CMC dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. CMC adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda

Menurut John December, CMC adalah: “proses manusia berkomunikasi menggunakan komputer, dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan.” (Wood dan Smith, 2005: 14)

Thurlow, Lengel dan Tomic mengatakan bahwa proses CMC adalah:

“Bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya,

bukan hanya komputer dan jaringan internet saja, namun dalam komputer tersebut harus terdapat program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya.” (2004: 15)

Pada era globalisasi ini, instant messenger sudah semakin mendunia, seperti yang sedang populer saat ini yaitu whatsapp, line dan facebook mesenger dan lain sebagainya. Hal ini membuat CMC semakin mempunyai pengaruh besar dalam membentuk komunikasi yang efektif di dunia internet. Fenomena-fenomena lain di dalam CMC juga terjadi setelah terdapat teknologi 4G, *Mobile Phone*, *Smart Phone*, *Personal Digital Assistant*. Meski awalnya, komputer tidak digunakan sebanyak dan sesering sekarang. Sekitar tahun 1990, komputer mulai menjamur di masyarakat dan munculah istilah *Computer Mediated Communication* karena orang-orang mulai mengenal website, blog, email, dan internet pada saat itu. CMC adalah segala bentuk komunikasi manusia yang didapatkan atau dibantu oleh teknologi komputer. Selain itu, komunikasi dengan media komputer yang dapat didefinisikan juga sebagai transaksi komunikasi yang terjadi lewat dua buah atau lebih komputer yang berhubungan, contohnya seperti chatting, instant messaging, SMS (*Short Message Service*), dan email.

Perkembangan teknologi internet mengharuskan orang untuk menggunakan komputer sebagai media informasi. Membuat konvergensi internet dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. *Cyber space*:

*Cyber space* berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung. Dalam perkembangannya, istilah *cyber space* kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial. Bagaimana media komputasi digital merupakan ekstensi dari saluran komunikasi *antaractant* (meliputi manusia dan sistem yang saling berinteraksi) yang merupakan simulasi dari dunia nyata dengan kemampuan saling mempengaruhi dengan motif yang beragam seperti informasi, ekonomi, politik, dan sebagainya. Hal ini ditegaskan oleh Chip Morningstar dan F. Randall Farmer yang menyebut *cyber space* sebagai interaksi sosial yang terlibat daripada implementasi teknis.

2. *Cyber society*:

Masyarakat multimedia atau *cyber society*, adalah sebuah istilah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, di mana internet telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh internet. Seluruh aktivitas tersebut memang tidak membutuhkan kontak fisik secara langsung dan tampaknya dilakukan hanya melalui perangkat komputer. Akan tetapi sesungguhnya di sini terjadi interaksi antarindividu, yaitu

antarsesama pengguna ruang publik tersebut dan interaksi tersebut telah menciptakan satu lingkungan masyarakat. Menurut Steven Jones (1995) menyebutkan bahwa istilah yang mungkin menjelaskan cara berkomunikasi yang baik dengan dimediasi oleh internet dari semua kehidupan sosial yaitu seseorang, interaksi, hubungan, identitas dan kependudukan. Akan tetapi masih saja banyak orang yang masih belum mengerti dalam penggunaan dan kegunaanya teknologi digital.

### 3. *Cyber culture*

*Cyber culture* atau budaya siber adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis. *Cyber culture* juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas online, game *multiplayer online*, jejaring sosial, *texting*, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan pembentukan jaringan. budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik komputer seperti internet, salah satu ciri *cyber culture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam *cyber culture* berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer,

seperti budaya pada umumnya, bertujuan membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat. Pada kenyataannya, pengembangan *cyber culture* sangat mudah tersebar karena tidak seperti budaya-budaya kontemporer yang terbatas pada suatu kelompok tertentu. (Morissan, Farid, Andy, 2015: 9-10)

Menurut David Holmes, *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi melalui media komputer adalah:

“Setiap komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital. Percakapan telepon dapat dikatakan sebagai komunikasi dengan media komputer jika setiap percakapan itu dikonversi ke kode digital, ditransmisikan, dan kemudian diuraikan lagi ke penerima. Dalam hubungannya dengan tindakan percakapan itu sendiri, percakapan itu tidak ada bedanya dengan percakapan melalui media analog atau percakapan telepon yang dioperasikan oleh manusia. Namun, ketika percakapan dikonversi dalam bentuk yang bisa dikelola oleh sistem komputer, konteks spasial, temporal, dan sosial dari telepon dapat berubah secara radikal. Tindakan berbicara dapat direkam secara digital dan dikenali secara digital dengan cara yang bisa disimpan dan dipertikarkan dengan informasi digital lainnya. Panggilan telepon bisa disaring, di-*foward*, dan diblok, serta percakapan bisa dihitung tagihannya berdasarkan waktu bicara, semua properti ini berdampak pada cara orang

menggunakan telepon, pada apakah mereka akan menggunakan semuanya, dan pada berapa lama menggunakan.” (Littlejohn dan Foss, 2016: 194)

Meski CMC bisa dibahas dalam studi telepon dan interaksi melalui bentuk mediasi komputer apa saja, namun David Holmes mengemukakan makna paling umum dari istilah CMC adalah “Komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan komputer untuk komunikasi di mana, pada masa sekarang, istilah CMC sering digunakan secara bergantian dengan komunikasi *online* melalui internet. Jadi e-mail, *chat room*, *bulleting boards*, dan kata-kata simulasi semuanya adalah bentuk CMC.” (Littlejohn dan Foss, 2016: 194)

Pendiri *Journal of Computer-Mediated Communication*, Sheizaf Rafaeli, adalah teoritis penting yang membantu memahami interaksi di dalam CMC. Dalam artikel penting pada 1988, Rafaeli membedakan interaksi CMC antara:

“Konektivitas, reaktivitas, dan interaktivitas. Jaringan (*networks*) pasti punya *interface* manusia, tetapi juga punya arsitektur yang memungkinkan interaktivitas. Jaringan interaktif ini, setelah terbentuk, akan memiliki sejarah sendiri, dan melalui sejarah itu, relasinya terbentuk. Komunikasi dua arah dalam dirinya sendiri tidak menjamin adanya interaktivitas. Alih-alih, pertukaran atau aksi reaksi harus berkembang di dalam relasi di mana pernyataan seseorang menjadi konteks bagi pernyataan orang lain. Tanpa bentuk konektivitas ini, relasi menjadi sirkular atau solipsistik

(personal).” (Littlejohn dan Foss, 2016: 195)

Rafaeli juga mengabaikan model *dyadic* yang diaplikasikan ke banyak CMC. Interaktivitas *online* didistribusikan di sepanjang jaringan dan tidak dapat direduksi menjadi kumpulan pertukaran titik ke titik. Setiap pesan dilandasi oleh pesan sebelumnya, dan cara pesan-pesan sebelumnya bereaksi satu sama lain. Pandangan interaktivitas ini menunjukkan bahwa penggunaan CMC aktual jarang yang interaktif, terutama dalam kasus anonimitas dalam kelompok diskusi CMC. Karena alasan ini, perlu dibedakan antara pengguna CMC dan kelompok yang memiliki relasi di luar dengan yang tidak punya. Perbedaan tersebut berhubungan dengan dua arah dominan dalam riset CMC pendekatan penyaringan petunjuk, yang fokus pada riset pada pengguna, dan riset *avatar*.

Menurut Rafaeli, ketika CMC dialami sebagai perluasan dari relasi *online* interpersonal atau institusional, cara komunikasi dengan media komputer akan memperantarai bentuk komunikasi tatap muka yaitu:

”Tatap muka menjadi analog dan menjadi tolak ukur untuk mengukur kesuksesan CMC, yang dianggap sebagai pengganti komunikasi tatap muka langsung. Ini disebut pendekatan penyaringan petunjuk karena pendekatan ini meneliti petunjuk komunikasi nonverbal mana yang tidak ada dalam kegiatan komunikasi dan bagaimana petunjuk itu disaring untuk disembunyikan, yang penting bagi prespektif ini adalah studi emosi, simbol yang

digunakan dalam e-mail untuk menunjukkan ekspresi wajah, *netiquette*, yakni adab kesopanan yang dituntut dalam *cyberspace*.” (Littlejohn dan Foss, 2016: 195)

Dalam interaksi melalui computer, Nancy Baym berpendapat bahwa:

“Partisipan CMC biasanya mencari cara untuk mengembalikan petunjuk yang hilang dari konteks eksternal ini dalam konten interaksi. Terdapat lima sumber dampak terhadap CMC yaitu: “(1) konteks eksternal, yang menentukan penggunaan CMC (bahasa, kata); (2) struktur temporal dari kelompok (sinkronistik atau asinkronistik); (3) infrastruktur sistem komputer (kecepatan, jumlah komputer, kapasitas anonimitas, kemudahan penggunaan); (4) tujuan penggunaan CMC (berorientasi minat, manfaat dan kepuasan); dan (5) karakteristik kelompok dan anggotanya (besarnya kelompok, level pendidikan partisipan).” (Littlejohn dan Foss, 2016: 196)

## 2. Landasan Konseptual

### 2.1 Komunikasi layanan

Kegiatan layanan adalah kegiatan sadar yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan orang lain dengan cara yang terbaik. Makna melayani menurut Muwafik Saleh, makna adalah:

“Kesediaan seseorang untuk memberikan pada orang lain, kesediaan memberi haruslah muncul dari sebuah kesadaran dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Agar

seseorang mau melakukan secara sadar dan ikhlas dalam melakukan sesuatu haruslah bermula dari cara pandang seseorang terhadap dirinya dan orang lain. Sementara itu dalam kegiatan layanan yang selama ini diberikan oleh para petugas layanan publik di instansi pemerintahan, budaya melayani masih sangatlah langka dan hal ini sangat berbeda dengan apa yang dilakukan pada organisasi swasta atau perusahaan”. (2016: 1)

Seiring dengan perkembangan jaman yang mengarah pada keterbukaan, maka paradigma lama penyelenggaraan organisasi baik pemerintah maupun swasta yang lebih mengandalkan kewenangan dan cenderung mengabaikan kualitas dan kuantitas layanan, sudah selayaknya ditinggalkan. Bahkan Carlzon menamakan abad sekarang sebagai abad pelanggan yaitu “abad dimana para pengguna jasa diposisikan pada tempat yang terhormat”. (Wasistiono, 2018: 42).

Layanan prima merupakan tanda dari kesadaran baru dari pemerintah atas tanggung jawab utama dalam mengelola pemerintahan dan memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Agar layanan yang diberikan aparatur pemerintah dapat lebih memuaskan masyarakat, maka perlu perubahan mindset dari seluruh aparatur pelaksana layanan publik sebagai langkah awal dalam memberikan layanan yang prima tersebut. Layanan adalah kegiatan yang dilakukan dengan penuh kesadaran untuk membantu orang lain dan memberikan yang terbaik pada orang lain sebagai bagian upaya untuk menjadikan dirinya dan lembaga yang dikelolanya menjadi positif di mata masyarakat yang



dilayani sehingga melahirkan kepuasan. Nilai kepuasan dari customer inilah yang menjadi tujuan utama dari setiap layanan yang diberikan.

Komunikasi sebagai salah satu aspek terpenting dalam pelaksanaan layanan publik adalah:

“Kemampuan seorang petugas layanan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi adalah hal yang paling lumrah dilakukan dalam orang memberikan layanan. Nilai baik tidaknya sebuah layanan Seringkali dilihat dari bagaimana cara petugas pemberi layanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Untuk keterampilan komunikasi ini haruslah dimiliki dan dikuasai dengan baik oleh setiap petugas pemberi layanan”. (Saleh, 2016: 3)

## 2.2 Layanan Digital Bank

Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi. Bank menyelenggarakan layanan perbankan digital yang dapat berupa produk lanjutan dari layanan perbankan elektronik. Bank dapat menyelenggarakan layanan perbankan elektronik atau layanan perbankan digital. bank yang menyelenggarakan layanan perbankan elektronik atau layanan perbankan digital, wajib menerapkan manajemen risiko, prinsip kehati-hatian, dan memenuhi ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini. Prinsip kehati-hatian ini sebagai kesiapan penerapan manajemen risiko khususnya pengendalian pengamanan (*security control*) untuk

memastikan terpenuhinya prinsip kerahasiaan (*confidentiality*), integritas (*integrity*), keaslian (*authentication*), tidak dapat diingkari (*non repudiation*), dan ketersediaan (*availability*).

Peran Teknologi Informasi menjadi aspek yang sangat penting mengingat semakin tinggi penggunaan perangkat gawai (*mobile device*) dan komputer sebagai media transaksi keuangan. Hal tersebut juga didukung dengan meningkatnya penggunaan jaringan internet di Indonesia yang diikuti dengan perluasan pembangunan infrastruktur jaringan internet. Penggunaan Teknologi Informasi menjadi salah satu prasyarat dalam penyediaan jasa keuangan oleh bank. Penggunaan Teknologi Informasi tersebut dapat dilakukan oleh bank baik dengan pengembangan infrastruktur pendukung secara mandiri maupun melalui kerja sama dengan mitra bank. Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi, bank diharapkan dapat memberikan layanan kepada nasabah tanpa batasan tempat dan waktu, serta dengan biaya seminimal mungkin yang memberikan kenyamanan maksimal kepada nasabah sesuai dengan preferensi nasabah. Peningkatan penggunaan Teknologi Informasi dalam peningkatan layanan kepada nasabah secara personal mengarahkan bank dalam suatu era baru yaitu era perbankan digital. Layanan kepada nasabah secara personal pada era perbankan digital dapat diwujudkan sejak hubungan usaha antara nasabah dengan bank dimulai sampai dengan berakhir. Proses pembukaan rekening simpanan, eksekusi transaksi keuangan, hingga penutupan rekening simpanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

Industri jasa keuangan di Indonesia merupakan salah satu industri yang memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian. Banyaknya variasi pelaku industri jasa keuangan menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi, khususnya untuk memperoleh nasabah. Pada sisi lain, perkembangan zaman juga menunjukkan perubahan baik dari sisi perkembangan Teknologi Informasi maupun perubahan pola perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh Lembaga Jasa Keuangan. Fenomena tersebut dewasa ini mendorong munculnya pelaku jasa keuangan baru yang dikenal sebagai penyedia layanan jasa keuangan berbasis Teknologi Informasi (*financial technology*) yang menawarkan inovasi baru dalam layanan jasa keuangan. Hal tersebut berdampak terhadap peningkatan persaingan pada industri jasa keuangan dan mendorong para pelaku untuk dapat memberikan layanan yang lebih berkualitas dan memberikan nilai tambah kepada nasabah agar dapat mempertahankan eksistensinya.

Bank sebagai salah satu pelaku utama industri jasa keuangan yang memberikan layanan perbankan secara langsung kepada masyarakat juga perlu melakukan terobosan dalam memberikan layanan. Pola interaksi yang terjadi antara nasabah dengan bank saat ini sebagian besar masih berupa interaksi fisik yang dilakukan baik melalui jaringan kantor bank maupun perangkat milik Bank secara elektronik, yang memerlukan waktu relatif lebih lama dan kurang praktis. Layanan nasabah bank di Indonesia masih berorientasi pada produk (*product-centric*). Dalam menjawab tantangan persaingan yang semakin ketat, bank perlu

menyelaraskan strategi penyediaan layanan jasa keuangan yang berorientasi pada nasabah secara personal (*customer-centric*).

Berkembang pesatnya teknologi perbankan sekarang ini tidak dapat dipungkiri. Perkembangan tersebut juga menuntut masyarakat untuk bergegas beradaptasi dengan perubahan yang ada. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi setiap orang karena pada prinsipnya setiap orang menginginkan suatu kemudahan dalam segala bidang. Untuk memanfaatkan momentum perkembangan teknologi tersebut kini telah hadir suatu terobosan baru dalam bidang perbankan yaitu layanan perbankan digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa 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, yang dilakukan secara mandiri.

Perbankan digital memberikan layanan seperti layaknya perbankan konvensional secara umum, akan tetapi memiliki perbedaan yaitu segala urusan layanan perbankan dilakukan secara mandiri melalui aplikasi perbankan di smartphone. Perbankan digital memungkinkan nasabah untuk memperoleh layanan perbankan secara mandiri (*self service*) tanpa harus datang langsung ke bank. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, layanan perbankan digital memungkinkan 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.

Layanan perbankan elektronik adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. 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.

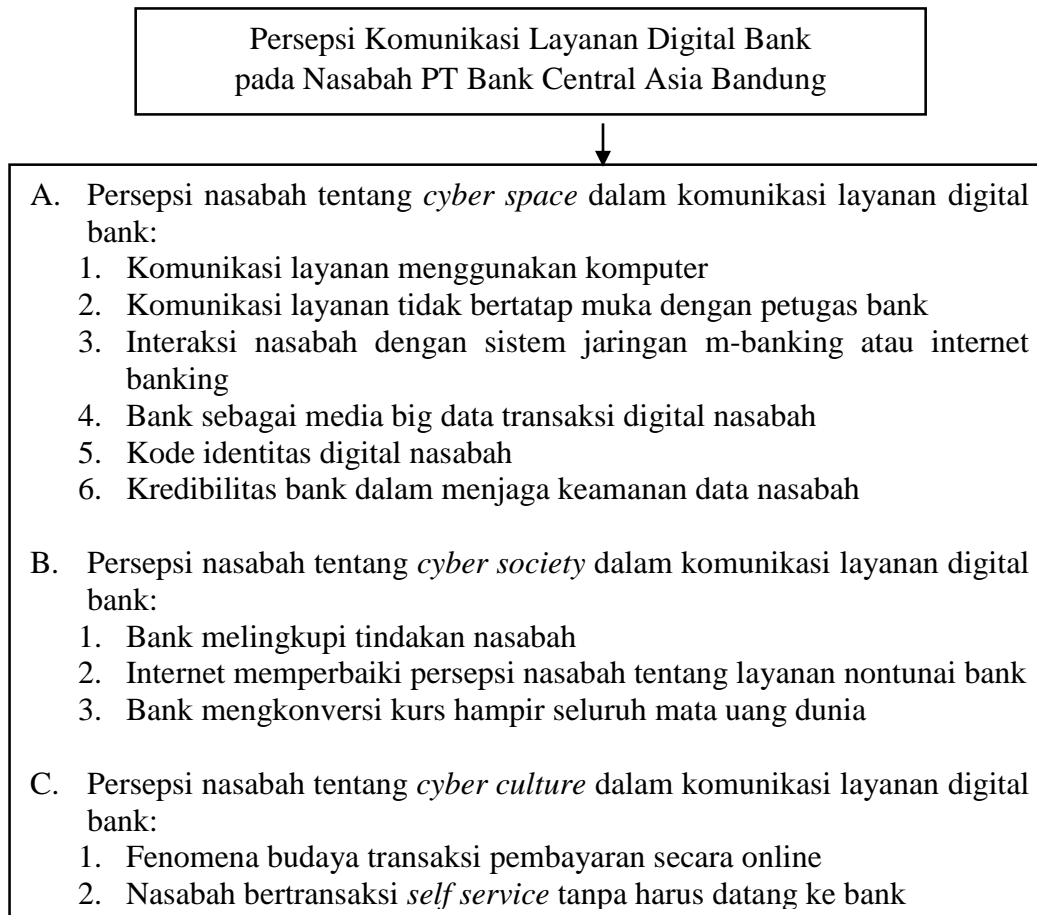
Administrasi rekening ketika nasabah membuka rekening simpanan melalui aplikasi Bank pada smartphone milik nasabah. Nasabah melengkapi pengisian data untuk memenuhi persyaratan identitas yang diberikan oleh bank dengan memanfaatkan fasilitas antara lain pemindai sidik jari, pemindai kartu identitas, dan kamera. Bank dalam melakukan verifikasi data nasabah dapat memanfaatkan data dari pihak ketiga yang

telah bekerja sama dengan bank. Aplikasi bank pada smartphone nasabah dilengkapi dengan fasilitas pengkinian data nasabah dan dapat diverifikasi secara daring (online) oleh Bank. Otorisasi perubahan data nasabah dapat menggunakan informasi biometric, password, dan/atau informasi elektronik lain seperti Quick Response code (QR code). Bank menyediakan fasilitas penutupan rekening secara daring (online) melalui ATM yang dilengkapi dengan fasilitas pemindai sidik jari dan kartu identitas. Bank memverifikasi permohonan penutupan rekening tersebut.

Inovasi layanan, kerja sama dengan mitra bank, dan otomatisasi proses menjadi beberapa hal yang harus diperhatikan oleh bank, terutama dalam menghadapi risiko yang mungkin muncul dari setiap strategi yang akan dirumuskan pada masa depan. Layanan perbankan digital (*digital banking*) diharapkan dapat memberikan kemudahan pada level yang lebih tinggi dibandingkan dengan layanan yang sudah ada. Perbankan digital meningkatkan risiko yang akan dihadapi bank, terutama terkait dengan risiko operasional, risiko strategi, dan risiko reputasi.

## 2.3 Kerangka Pemikiran

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**



**Sumber: Data Hasil Penelaahan Peneliti 2020**

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut John W. Creswell dalam buku *Research Design* (2018: 45), penelitian kualitatif merupakan:

“Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau

kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data.”

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell “berkembang dinamis

melalui pertanyaan-pertanyaan terbuka, di mana data wawancara, data observasi, data dokumentasi, dan data audio-visual diolah menggunakan analisis tekstual dan gambar serta melalui interpretasi tema-tema dan pola-pola.” (2018: 24)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah: “Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah”. Creswell (2018: 19)

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

- a. Meneliti persepsi tentang komunikasi layanan digital bank pada nasabah Bank Central Asia di Bandung.
- b. Data bersifat emik dari sudut pandang nasabah Bank Central Asia di Bandung.
- c. Proses penarikan sampel bersifat purposif. Pemilihan informan dilakukan dengan strategi purposive sampling, di mana strategi purposive sampling menghendaki informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu.
- d. Terdapat 3 informan dalam penelitian ini yaitu Nadya, Soraya, Reni, Wahyu dan Maruf sebagai nasabah Bank Central Asia di Bandung.
- e. Wawancara informan dilakukan melalui *video call* Whatsapp dan Google Form.

### 3.2 Jadwal dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan yaitu dimulai dari bulan April sampai Juni 2020. Penelitian ini difokuskan pada pada nasabah PT. Bank Central Asia di Bandung.

## 4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Persepsi nasabah tentang *cyber space* dalam komunikasi layanan digital bank

- a. Komunikasi layanan menggunakan komputer:  
Semua informan menjawab bahwa komunikasi pelayanan bank kepada nasabah menggunakan komputer sangat dibutuhkan ketika semua nasabah sudah memiliki smartphone, laptop, dan fasilitas Internet. Penggunaan komputer saat ini ada sisi positif dan sisi negatifnya, untuk sisi positifnya adalah memudahkan dalam bertransaksi bisa dimanapun dan kapanpun tanpa harus mendatangi kantor cabang terdekat. Penggunaan komputer mengurangi kontak dengan sesama manusia di saat wabah pandemik Covid-19 saat ini, sehingga mengurangi potensi pengembangan virus. Komputer yang merupakan mesin, tentu lebih canggih dan efisien, sehingga bisa melayani kebutuhan nasabah selama 24 jam tidak ada waktu istirahat. Sedangkan sisi negatif dari komputer ini nasabah merasa kaku jika terus menerus dengan mesin, rasa manusiawinya menjadi berkurang, biasanya petugas bank yang selalu ramah

- dengan senyum, sekarang tergantikan dengan mesin yang kaku.
- b. Komunikasi layanan tidak bertatap muka dengan petugas bank:  
Empat informan menyukai pelayanan yang cepat dan mudah dengan menggunakan komputer, tetapi bagi nasabah yang tidak mengerti transaksi digital harus ada petunjuknya. Komunikasi pelayanan tanpa bertatap muka dapat meningkatkan efisiensi pelayanan, terutama dalam situasi saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan *social distancing*. Petugas juga dapat memberikan layanan yang sama baiknya meskipun tidak saling bertatap muka. Sedangkan satu informan mengatakan pelayanan dapat dikatakan maksimal apabila komunikasi dua arah antara petugas bank dengan nasabah bertatap muka langsung karena komunikasi yang digantikan oleh sistem komputer memiliki banyak keterbatasan, sehingga hal tersebut menimbulkan potensi nasabah bank tidak puas dengan pelayanan tersebut.
  - c. Interaksi nasabah dengan sistem jaringan m-banking atau internet banking:  
Sistem internet banking sangat efektif dan mempermudah nasabah melakukan semua jenis transaksi perbankan apapun, kapanpun, dan di manapun dengan mudah dan cepat karena dapat mengakses bank dari smartphone tanpa harus repot datang dan mengantri di bank. Interaksi komputer dan manusia sangat bergantung pada tampilan aplikasi dan sistem jaringan bank itu sendiri, jadi harus lebih intuitif, kalau nasabah kebingungan dalam menggunakan aplikasi bank, maka kualitas layanan bank pun menjadi berkurang.
  - d. Bank sebagai media big data transaksi digital nasabah:  
Big data transaksi digital itu memudahkan pihak bank dalam mencari dan membaca data nasabah dalam riwayat transaksi, tunggakan dan rekam jejak nasabah dalam menggunakan layanan bank. Manfaat big data bagi nasabah adalah memudahkan nasabah dalam mencari data riwayat transaksi yang sudah dilakukan. Transaksi digital nasabah sebagai big data dapat dianalisis sebagai acuan untuk kebijakan strategis untuk meningkatkan ekonomi dan keuangan digital. Sayangnya, di Indonesia, data nasabah dan bahkan data identitas penduduk masih belum terlindungi dengan baik. Banyak data transaksi digital nasabah dijual kepada pihak yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan pribadi, sehingga masih banyak orang yang menerima SMS spam promosi dari nomor yang tidak dikenal.
  - e. Kode identitas digital nasabah bank:  
Kode identitas digital itu seperti sebuah kunci yang unik dan berfungsi untuk membedakan data identitas setiap nasabah. Kode identitas tidak sesensitif seperti alamat rumah dan tempat tanggal lahir, tapi kode tersebut harus tetap

dilindungi. Kode identitas dapat memudahkan akses layanan nasabah ke jaringan digital bank, tetapi kode identitas juga berpotensi menjadi ancaman apabila kode tersebut dapat diretas oleh pihak-pihak yang bisa mengaksesnya, sehingga dibutuhkan keamanan yang terjamin agar nasabah bank tidak khawatir ketika bertransaksi.

f. Kredibilitas bank dalam menjaga keamanan data nasabah:

Kredibilitas bank dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data nasabah sebenarnya masih patut dipertanyakan karena aturan pemerintah mengenai perlindungan privasi data juga masih sangat lemah. Banyak kasus penjualan data nasabah yang dilakukan oleh petugas bank untuk keuntungan pribadi. Bahkan, data nasabah diperjualbelikan agar rekening nasabah dapat dibobol oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Kredibilitas bank menjadi tantangan bagi bank itu sendiri. Di era yang serba digital ini, tingkat kejahatanpun tidak hanya kejahatan kriminal saja. Justru kejahatan di dunia maya itu yang lebih berbahaya karena dampak yang ditimbulkan akan sangat fatal karena bisa mencakup global. Sistem pengamanan bank harus berlapis, yang sangat sulit untuk ditembus hacker.

#### 4.1.2 Persepsi nasabah tentang *cyber society* dalam komunikasi layanan digital bank

a. Bank melingkupi tindakan nasabah:

Sistem pelayanan digital bank sangat melingkupi hampir semua tindakan nasabah. Bank memberikan kemudahan pelayanan dalam mengaplikasikan sistem perbankan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Layanan tersebut dibuat sedemikian rupa untuk bisa menyesuaikan dengan tingkah laku nasabah, sehingga bisa membantu nasabah dalam pelayanan secara tidak langsung. Sistem transaksi bank harus dapat menawarkan kemudahan layanan sepraktis mungkin bagi nasabah.

b. Internet memperbaiki persepsi nasabah tentang layanan nontunai bank:

Dengan adanya Internet, persepsi masyarakat berubah dan menyadari bahwa pelayanan bisa dilakukan tanpa mengenal tempat dan waktu. Pergeseran persepsi ini akan terus berjalan seiring perkembangan pesat teknologi, termasuk dalam bidang pelayanan bank. Di jaman yang modern ini, internet membuat hampir semua hal menjadi mudah, salah satunya layanan nontunai bank, dengan sistem nontunai yang dulu jarang digunakan, dan dianggap ribet. Sekarang sudah berubah drastis dengan adanya bantuan internet. Masyarakat saat ini sering menggunakan sistem nontunai dengan cara transfer m-banking atau membayar dengan sistem “tap” dari gopay.

c. Bank mengkonversi kurs hampir seluruh mata uang dunia:

Bank mempunyai teknologi yang sangat canggih dan terbaru untuk mengkonversi seluruh mata uang di dunia. Bank sudah tidak lagi mengenal batas negara, proses konversi mata uang yang cepat juga memudahkan nasabah bank antarnegara. Hanya beberapa mata uang saja yang di konversi oleh bank, tidak semua mata uang di konversikan secara online.

#### 4.1.3 Persepsi nasabah tentang *cyber culture* dalam komunikasi layanan digital bank

- a. Fenomena budaya transaksi pembayaran secara online:  
Budaya transaksi pembayaran online saat ini sedang fenomenal, khususnya bagi masyarakat yang sudah menggunakan internet, beralih ke sistem transaksi pembayaran dari elektronik ke digital. Sistem ini memudahkan nasabah, sehingga tidak takut adanya kasus kecopetan karena membawa uang cash, tidak usah repot-repot lagi membawa uang tunai, menghitung uang dengan teliti dan lama, sekarang hanya butuh klik di smartphone. Nasabah harus lebih berhati-hati terhadap penipuan menggunakan sistem online, bank harus dapat melindungi privasi data nasabah.
- b. Nasabah bertransaksi *self service* tanpa harus datang ke bank:  
Nasabah bisa bertransaksi lebih cepat dan tepat ketika bertransaksi *self service* di manapun tanpa harus datang ke bank, transaksi lebih aman dan nyaman dengan menggunakan smartphone sendiri

tanpa harus buang waktu menunggu panjangnya antrian di counter teller.

## 4.2 Pembahasan

Layanan kepada nasabah menggunakan komputer membuat hubungan atau komunikasi jadi lebih hemat waktu, efisien dan cepat. mempermudah nasabah yang mempunyai waktu terbatas tidak perlu mendatangi kantor cabang bank. Nasabah menggunakan layanan menggunakan komputer atau smartphone dan fasilitas Internet lainnya dapat melakukan semua transaksi perbankan seperti transfer uang, cek saldo, akses produk perbankan seperti membuka rekening tabungan, deposito dan giro selama 24 jam.

Komunikasi pelayanan tanpa bertatap muka dapat meningkatkan efisiensi transaksi. Pelayanan tanpa tatap muka secara digital lebih efektif, hanya saja jika ada keluhan yang tidak bisa diselesaikan lewat komputer, terpaksa harus tetap berkomunikasi dengan petugas bank, seperti hal teknis yang sering terjadi jika komputer eror serta keperluan lainnya yang tidak bisa diselesaikan lewat komputer karena komunikasi yang digantikan oleh sistem komputer masih memiliki keterbatasan dalam kepuasan nasabah.

Interaksi ataupun transaksi menggunakan m-banking dan internet banking sudah sangat praktis untuk saat ini. E-channel mempermudah nasabah melakukan aktivitas perbankan tanpa harus menempuh cara tradisional, seperti mengunjungi kantor bank dan berurusan dengan petugas bank. Dengan adanya layanan m-banking dan internet banking, pola interaksi bank dan nasabah menjadi



lebih fleksibel. Nasabah dapat mengakses layanan m-banking dan internet banking selama terhubung dengan internet untuk melakukan kegiatan perbankan kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengantri di bank. Tampilan aplikasi dan sistem jaringan bank harus lebih intuitif dalam membantu nasabah yang kebingungan dalam menggunakan aplikasi bank.

Tingkat efisiensi dan kenyamanan dari kegiatan perbankan meningkat dengan bantuan teknologi digital banking. Selama data nasabah dijamin keamanan oleh bank, tentunya tidak terlalu khawatir. Banyak keuntungan yang diperoleh dari platform perbankan tersebut, sehingga dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai transaksi yang dilakukan melalui surel atau SMS sebagai bukti kegiatan transaksi. Nasabah memiliki sedikit kekhawatiran karena big data bersifat privasi, nasabah khawatir data keuangan nasabah dihack seperti halnya *cybercrime* dan penipuan, tetapi semua informan percaya bahwa bank akan selalu melindungi data nasabah.

Kode identitas adalah identitas diri sebagai kunci keamanan setiap melakukan transaksi, untuk e-channel bank sendiri walaupun lupa untuk me-logout, aplikasi tersebut akan keluar otomatis dalam beberapa detik. Risiko menggunakan e-channel hampir tidak mungkin terjadi dengan bantuan platform digital banking yang memiliki proses verifikasi yang lebih praktis dan efisien. Platform ini telah diprogram secara akurat melalui teknologi informasi khusus untuk perangkat bisnis dan perbankan, aktivitas akuntansi pasti akan tereksekusi dengan lebih cermat. Terlebih lagi, dengan teknologi digital banking dapat mengakses informasi dari proses perbankan yang dilakukan dengan lebih transparan.

Setiap data yang diinput nasabah menggunakan fasilitas e-channel maupun digital banking aman digunakan dalam seluruh transaksi. Selain autentikasi dua faktor dan prosedur keamanan lainnya yang digunakan oleh perbankan. Pihak bank memberikan edukasi untuk semua transaksi yang dilakukan melalui nomor telepon dan website resmi. Sistem pengamanan bank berlapis sulit untuk ditembus hacker. Nasabah dapat segera melaporkan pada bank jika menemukan kasus *phising (modus penipuan)* dengan melampirkan nomor atau *website* yang digunakan pelaku saat menjalankan aksi penipuan.

Di era digital sekarang ini, bank harus mengikuti perkembangan teknologi agar memberikan kemudahan kepada nasabah, di mana fasilitas digital banking tersebut berfungsi untuk menangani, memilih, menghitung, menyusun, melaporkan, dan mengirimkan informasi, sehingga dalam beberapa detik dapat memberikan hasil yang akurat, benar, tepat waktu, dan dapat menjamin kerahasiaan informasi.

Dengan adanya layanan *internet banking*, pola interaksi bank dan nasabah menjadi sangat fleksibel. Nasabah dapat mengakses layanan *bank* selama terhubung dengan internet untuk melakukan kegiatan perbankan kapanpun dan dimanapun. Dulu internet banking menjadi sangat skeptis mungkin karena belum adanya edukasi yang massive dari pihak bank ke nasabah. Nasabah khawatir akan data yang dimasukkan ke internet yang dapat dicopy oleh pihak yang tidak bertanggung jawab maupun *skimming*. Saat ini, masyarakat sudah terbiasa melakukan segala sesuatunya melalui internet dan ada otentifikasi keamanan, internet banking

lebih hemat biaya daripada melakukan transaksi tunai, lebih praktis, aman, nyaman, tidak memiliki batasan waktu, cakupan global, fitur layanan beragam dan sistem perlindungan keamanan berlapis.

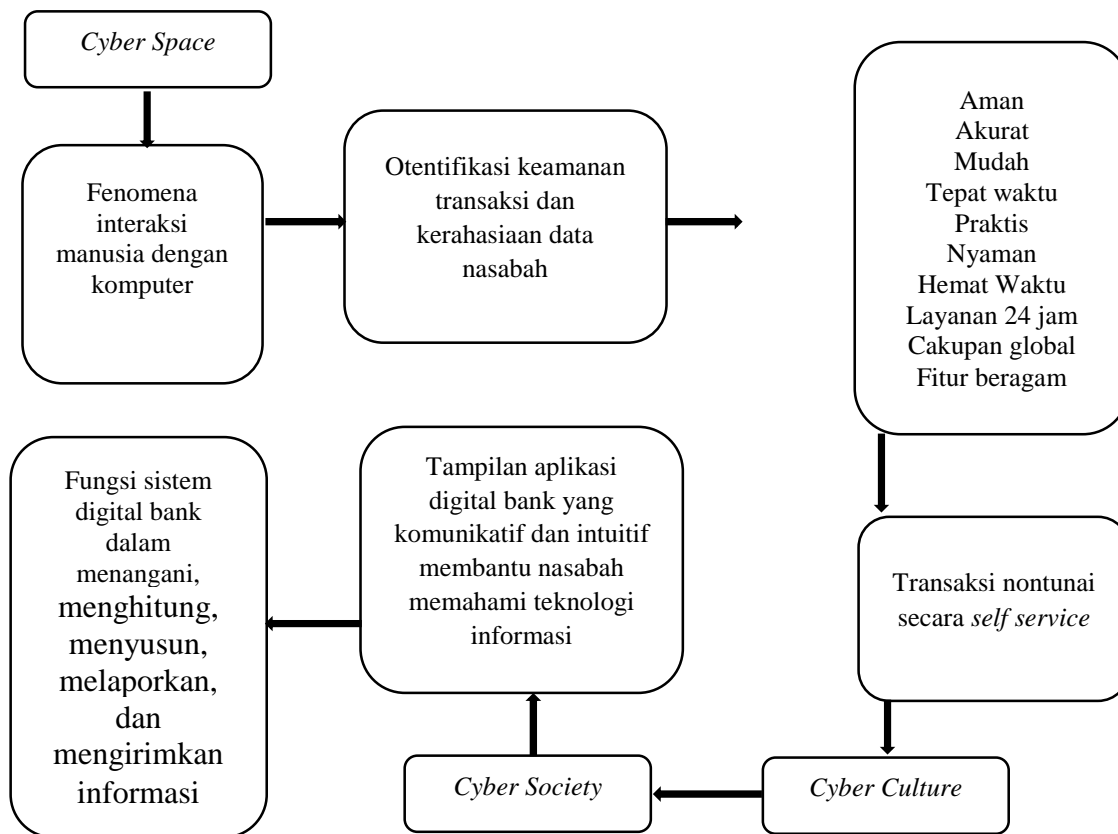
Nasabah yang akan bertransaksi dengan negara lain menggunakan mata uang asing merasa sangat dimudahkan ketika hendak melakukan konversi mata uang, apalagi jika disuguhkan dengan nilai tukar mata uang yang kompetitif, untuk mata uang tertentu masih belum bisa langsung dikonversi dan harus menunggu birokrasi, seperti contoh mata uang ringgit yang harus *multicurrency* yaitu 2 kali konversi karena keterbatasan fisik valuta asing tersebut, karena bank menunggu pasokan fisik valuta asing (*bank notes*) yang terbatas.

Transaksi pembayaran secara online sudah jauh lebih efisien dan fleksibel menggunakan pembayaran online karena Bank Indonesia sudah akan

menerapkan semua transaksi pembayaran melalui sistem nontunai untuk mengurangi pencetakan uang kertas yang dapat menimbulkan inflasi. Selain untuk mendukung upaya pemerintah tersebut, transaksi pembayaran online sudah menjadi budaya dalam transaksi pembayaran karena lebih cepat dan praktis. Masyarakat harus diedukasi tentang budaya pembayaran online dan selalu *aware* dalam keamanan transaksi digital.

Budaya *self service* dalam transaksi bank untuk sebagian orang sudah terbiasa untuk dilayani petugas bank menjadi agak keberatan untuk melakukan *self service* karena terbiasa untuk menerima dokumen langsung, tetapi untuk sebagian besar nasabah yang sudah memahami teknologi informasi, konsep *self service* menjadi kenyamanan dan keamanan selain efisien, hemat waktu dan fleksibel. Nasabah bisa belajar banyak hal yang tidak diketahui seputar kegiatan lingkup transaksinya.

**Gambar 2. Bagan Temuan Hasil Penelitian**



**Sumber: Data Hasil Penelaahan Peneliti 2020**

## 5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan penelitian ini adalah:

- a. Persepsi nasabah tentang *cyber space* dalam komunikasi layanan digital bank adalah nasabah menyukai komunikasi layanan digital bank, sistem digital bank sangat dibutuhkan karena hampir semua nasabah sudah memiliki smartphone, laptop, dan fasilitas Internet. Nasabah menyukai pelayanan yang cepat dan mudah dengan menggunakan komputer dalam melakukan semua jenis

transaksi perbankan apapun, kapanpun, dan di manapun. Manfaat big data bagi nasabah adalah memudahkan nasabah dalam mencari data riwayat transaksi yang sudah dilakukan. Kode identitas dapat memudahkan akses layanan nasabah ke jaringan digital bank. Kredibilitas bank dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data nasabah dibutuhkan sistem pengamanan bank harus berlapis, yang sangat sulit untuk ditembus hacker.

- b. Persepsi nasabah tentang *cyber society* dalam komunikasi layanan

digital bank adalah bank memberikan kemudahan pelayanan dalam mengaplikasikan sistem transaksi bank dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dengan adanya Internet, persepsi masyarakat berubah dan menyadari bahwa pelayanan bisa dilakukan tanpa mengenal tempat dan waktu. Internet membuat semua transaksi nontunai menjadi mudah. Masyarakat menggunakan sistem nontunai dengan cara transfer m-banking atau membayar dengan sistem “tap” dari gopay. Bank sudah tidak lagi mengenal batas negara, proses konversi mata uang yang cepat juga memudahkan nasabah bank antarnegara.

- c. Persepsi nasabah tentang *cyber culture* dalam komunikasi layanan digital bank adalah transaksi pembayaran bank nontunai mengalami transisi dari transaksi elektronik ke digital, nasabah tidak usah repot-repot lagi membawa uang tunai, menghitung uang dengan teliti dan lama, sekarang hanya butuh klik di smartphone, sehingga tidak takut adanya kasus kecopetan. Nasabah bisa bertransaksi lebih cepat dan tepat ketika bertransaksi *self service* di manapun tanpa harus datang ke bank, transaksi lebih aman dan nyaman dengan menggunakan smartphone sendiri tanpa harus buang waktu menunggu panjangnya antrian di counter teller.

#### Daftar Pustaka

- Alwasilah, A. Chaedar. 2012. *Pokoknya Kualitatif. Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya
- Basrowi dan Suwandi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia
- Creswell, John W. 2018. *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Crispin Thurlow , Laura Lengel , Alice Tomic. 2004. *Computer-Mediated Communication*. Thousand Oaks, USA: Sage Publications
- Denzin, Norman K., dan Lincoln, Yvonna S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss. A. Karen. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Kencana
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan, Andy Corry Wardhani, dan Farid Hamid U. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Saleh, Muwafik Akhmad. 2016. *Public Service Communication*. Malang: UMM Press
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suwandi dan Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta

- Wiryanto, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Wood, A. F., & Smith, M. J. 2005. *LEA's communication series. Online communication: Linking technology, identity, and culture (2nd ed.)*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

**Sumber Lain:**

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/Pojk.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum