

PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DALAM REVOLUSI TABUNGAN DIGITAL MELALUI PELATIHAN PENGGUNAAN FITUR APLIKASI OCTO MOBILE BANKING

Siska Putri Nur Pradani¹, Zumrotul Fitriyah²

siskaputrinurpradani@gmail.com¹, zumrotulfitriyah.mnj@upnjatim.ac.id²

UPN "Veteran" Jawa Timur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif dampak peluncuran aplikasi perbankan digital OCTO Mobile oleh CIMB Niaga terhadap transformasi digital dalam industri perbankan di Indonesia, khususnya dalam konteks peningkatan literasi keuangan digital masyarakat. Penelitian ini secara kualitatif menggali pemahaman masyarakat mengenai penggunaan aplikasi OCTO Mobile Banking melalui observasi partisipatif. Dengan melibatkan diri langsung dalam kegiatan sosialisasi, penelitian ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi adopsi, seperti pengetahuan, sikap, dukungan sosial, dan infrastruktur teknologi. Sosialisasi yang efektif terbukti mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap perbankan digital. Penelitian ini menyoroti pentingnya program sosialisasi yang berkelanjutan dan peningkatan literasi digital untuk mendorong inklusi keuangan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami proses adopsi teknologi keuangan di tingkat masyarakat dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi yang lebih efektif.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Digitalisasi Perbankan, Literasi Keuangan.

PENDAHULUAN

Digitalisasi yang semakin canggih membawa revolusi dalam kehidupan manusia, sekarang segala kebutuhan dapat dijangkau dengan mudah. Dengan adanya perkembangan digitalisasi, aktivitas masyarakat dalam dunia perbankan pun semakin mudah. Digitalisasi menjadi hal yang penting karena merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang untuk penataan hidup yang lebih baik. Perbankan juga melebarkan pasar dengan membuka cabang-cabang pembantu dan kantor agar dapat menjangkau setiap wilayah.

Transformasi digital dianggap sebagai cara baru untuk berbisnis karena berpotensi menghemat biaya. Bukan hanya mendigitalisasi produk yang sudah ada, melainkan mengubah pola pikir dan solusi menjadi digital sesuai perilaku dan kebutuhan masyarakat. Transformasi digital yang dilakukan industri perbankan lebih dari sekedar menyediakan layanan online dan mobile banking, namun perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, seperti membuka rekening yang kini sudah dapat dilakukan secara mandiri, tanpa harus datang ke kantor cabang. Hal ini akan menjadi solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu.

Dunia perbankan menghadapi tekanan yang signifikan dari perubahan ekonomi global, karena munculnya dinamika baru seperti fluktuasi suku bunga, perkembangan teknologi, dan tuntutan regulasi. Perbankan menjadi salah satu sektor ekonomi yang berpengaruh, maka dari itu, harus mampu memanfaatkan transformasi digital seiring dengan pertumbuhan bisnis e-commerce, dunia perbankan pun dituntut untuk bisa mengikuti tren transaksi digital, termasuk dalam hal cashless payment, branchless banking, sampai dengan e-commuting, fintech, serta layanan perbankan keuangan berbasis internet yang jumlahnya semakin meningkat di Indonesia guna meningkatkan daya saing dan mengantisipasi

perubahan ekonomi global.

Industri 4.0 mencakup perubahan dalam seluruh aktivitas industri dan kehidupan manusia, yang didorong oleh pemanfaatan teknologi digital dan internet. Hal ini melibatkan produksi sistematis menggunakan teknologi nirkabel dan big data, memanfaatkan data secara lebih akurat melalui sistem server, dan mengintegrasikan semua operasi secara otomatis. Situasi industri perbankan di Indonesia mengalami perputaran yang signifikan, tidak hanya dipengaruhi oleh trend internal dalam industri perbankan tetapi juga oleh perkembangan di luar industri seperti bisnis, politik, hukum, dan aspek sosial.

Pada dasarnya, proses digitalisasi dalam sektor perbankan tidak hanya memberikan manfaat bagi bank dan nasabahnya, tetapi juga membawa tantangan yang perlu diatasi oleh perbankan. Implementasi pemilihan produk dan layanan perbankan digital diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak negara maju seperti Singapura, Jepang, dan Inggris, yang merupakan pusat keuangan global, telah membuktikan bahwa teknologi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi dan stabilitas sistem keuangan. Hal ini akan menunjukkan bahwa lembaga perbankan meraih manfaat yang signifikan, termasuk perluasan layanan geografis dan waktu, pengurangan biaya operasional, dan pengumpulan dana yang lebih efisien dari pelanggan.

Tujuan dari proses digitalisasi ini adalah mencapai kepuasan pelanggan dalam sektor jasa pelayanan keuangan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat berarti dan penting untuk menjaga agar pelanggan tidak berpindah ke layanan yang lain. Menurut data Bank Indonesia (2016), total transaksi e-money saja pada tahun 2015 melonjak tajam ke angka Rp 5,2 triliun dari Rp4,3 triliun pada tahun 2014. Inilah yang menjadi tuntutan bagi pihak perbankan untuk melakukan transformasi teknologi agar tetap mampu bersaing dengan industri lain.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi perbankan dengan mengeluarkan Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum, peraturan ini menyebutkan “Layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah agar dapat melayani nasabah menjadi lebih efektif dan efisien, serta dapat dilakukan secara mandiri dengan memperhatikan aspek pengamanan”. Hal ini diharapkan perbankan dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap industri perbankan secara signifikan. Munculnya berbagai aplikasi perbankan digital, salah satunya OCTO Mobile Banking, telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. OCTO Mobile Banking, yang diluncurkan oleh CIMB Niaga, menawarkan berbagai fitur inovatif yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah modern. Salah satu fitur yang semakin populer adalah fitur tabungan digital. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi keuangan yang memadai agar dapat memanfaatkan berbagai layanan perbankan digital secara optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dampak peluncuran aplikasi OCTO Mobile Banking terhadap transformasi digital dalam industri perbankan di Indonesia, khususnya dalam konteks peningkatan literasi keuangan digital masyarakat. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menganalisis fitur-fitur inovatif yang ditawarkan oleh OCTO Mobile, pengaruhnya terhadap perilaku nasabah, serta efektivitas program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan literasi keuangan digital. Secara

spesifik, penelitian ini ingin mengetahui sejauh mana OCTO Mobile Banking telah berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan, mengubah ekspektasi nasabah terhadap layanan perbankan, dan meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam mengelola keuangan digital.

Keunggulan penelitian ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami transformasi digital dalam industri perbankan di Indonesia, khususnya dalam konteks peningkatan literasi keuangan digital masyarakat. Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan untuk menggali secara mendalam pemahaman nasabah tentang fitur-fitur OCTO Mobile dan dampaknya terhadap perilaku mereka. Ketiga, penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas program pelatihan yang dirancang oleh CIMB Niaga, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang lebih konkret untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki implikasi yang luas bagi pengembangan layanan perbankan digital di Indonesia. Dengan memahami dampak peluncuran OCTO Mobile Banking dan efektivitas program pelatihan yang dirancang, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi-rekomendasi yang dapat meningkatkan akses dan pemanfaatan layanan keuangan digital bagi masyarakat secara luas. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga keuangan lainnya dalam mengembangkan produk dan layanan digital yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana metode ini menitikberatkan pada pengamatan individu. Dalam penelitian ini memaparkan secara akurat dan sistematis mengenai objek yang diteliti, untuk memperoleh gambaran yang komprehensif (Tartila, 2022, 3). Penelitian kualitatif deskriptif merupakan sebuah metode yang menggunakan filsafat post positivisme sebagai landasan, dimana hal tersebut umumnya digunakan untuk melakukan penelitian pada kondisi objektif dengan peneliti sebagai instrumen kuncinya (Sugiyono, 2018, 15). Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi (Anggito dan Johan, 2018: 8-9).

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam pemahaman masyarakat mengenai penggunaan aplikasi OCTO Mobile Banking. Metode observasi partisipatif dipilih sebagai instrumen utama dalam penelitian ini. Dengan terjun langsung ke lapangan, peneliti berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung perilaku, reaksi, dan persepsi masyarakat terhadap fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi OCTO Mobile Banking.

Kegiatan sosialisasi menjadi jantung dari penelitian ini. Melalui sosialisasi, peneliti tidak hanya memberikan informasi tentang fitur-fitur OCTO Mobile Banking, tetapi juga memfasilitasi diskusi dan tanya jawab dengan peserta. Penyuluhan yang diberikan mencakup penjelasan mengenai konsep dasar keuangan digital, manfaat penggunaan aplikasi, serta panduan langkah demi langkah dalam menggunakan berbagai fitur. Dengan demikian, diharapkan peserta dapat memahami secara komprehensif bagaimana aplikasi ini dapat mempermudah kehidupan sehari-hari mereka.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam proses adopsi teknologi keuangan digital di kalangan masyarakat. Peneliti ingin mengidentifikasi

faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan aplikasi OCTO Mobile Banking, baik faktor internal seperti pengetahuan dan sikap, maupun faktor eksternal seperti dukungan sosial dan infrastruktur teknologi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi masyarakat dalam menggunakan aplikasi, sehingga dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan aplikasi di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa temuan penting terkait dengan adopsi aplikasi OCTO Mobile Banking di kalangan masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan secara langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan dan manfaat aplikasi ini. Sehingga berhasil meningkatkan inklusi keuangan dan mengubah ekspektasi masyarakat terhadap layanan perbankan. Masyarakat yang menjadi peserta sosialisasi menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mempelajari fitur-fitur baru dan potensi aplikasi dalam memudahkan transaksi keuangan sehari-hari. Mereka menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka tentang fitur-fitur tabungan digital dan lebih percaya diri dalam mengelola keuangan.

Faktor pengetahuan dan sikap menjadi penentu utama dalam adopsi aplikasi. Masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan pemahaman yang baik tentang teknologi cenderung lebih cepat mengadopsi aplikasi ini. Selain itu, sikap positif terhadap perbankan digital juga menjadi faktor pendorong. Namun, terdapat juga kelompok masyarakat yang masih ragu untuk beralih ke layanan perbankan digital karena kekhawatiran akan keamanan data pribadi dan kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi.

Dukungan sosial dari keluarga dan teman-teman menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi aplikasi. Masyarakat yang sering berinteraksi dengan orang-orang yang sudah menggunakan aplikasi cenderung lebih termotivasi untuk mencoba aplikasi tersebut. Selain itu, keberadaan komunitas pengguna online juga dapat memberikan dukungan dan informasi yang bermanfaat bagi pengguna baru.

Penelitian ini juga mengungkap korelasi yang kuat antara tingkat literasi keuangan masyarakat dengan tingkat adopsi dan penggunaan fitur-fitur OCTO Mobile Banking. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami manfaat dari berbagai fitur yang ditawarkan, seperti investasi, pengelolaan keuangan pribadi, dan proteksi. Mereka juga lebih aktif dalam memanfaatkan fitur-fitur tersebut untuk mencapai tujuan keuangan mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program sosialisasi yang berfokus pada peningkatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mendorong adopsi aplikasi perbankan digital. Selain memberikan informasi tentang fitur-fitur aplikasi, program sosialisasi juga perlu memberikan edukasi mengenai konsep-konsep dasar keuangan, seperti perencanaan keuangan, investasi, dan pengelolaan risiko. Dengan demikian, masyarakat dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas dan memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal.

Analisis lebih lanjut terhadap data yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor demografi seperti usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi aplikasi. Masyarakat yang lebih muda, dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dan memiliki pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi aplikasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa segmen pasar yang berbeda memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda terhadap layanan perbankan digital.

Pembahasan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi OCTO Mobile Banking di kalangan masyarakat.

1. Efektivitas Sosialisasi dan Peningkatan Literasi Keuangan

Sosialisasi langsung terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai manfaat aplikasi OCTO Mobile Banking. Melalui interaksi tatap muka, masyarakat dapat secara langsung berinteraksi dengan pihak penyedia layanan dan mendapatkan penjelasan yang lebih detail mengenai fitur-fitur dan keunggulan dari aplikasi yang memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Interaksi langsung dalam sosialisasi memberikan ruang bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban yang spesifik karena peserta dapat memahami konsep-konsep yang mungkin sulit dipahami melalui materi tertulis atau visual saja. Selain itu, demonstrasi langsung fitur-fitur aplikasi juga mempercepat proses pembelajaran dan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan aplikasi.

Sosialisasi tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang aplikasi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan masyarakat. Melalui sosialisasi, peserta dapat memperoleh pengetahuan tentang konsep-konsep dasar keuangan seperti pengelolaan keuangan pribadi, investasi, dan perencanaan masa depan. Peningkatan literasi keuangan ini pada gilirannya mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam memanfaatkan layanan keuangan digital.

Terdapat korelasi yang kuat antara tingkat literasi keuangan dengan adopsi teknologi keuangan. Masyarakat dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi baru. Hal ini disebabkan karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat dari penggunaan teknologi keuangan.

2. Peran Faktor Sosial dalam Adopsi Teknologi

Keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk aplikasi perbankan digital seperti OCTO Mobile Banking, tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu seperti pengetahuan atau sikap, tetapi juga oleh lingkungan sosialnya. Penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga, teman, dan komunitas online memainkan peran penting terhadap keputusan untuk mengadopsi aplikasi ini.

Ketika individu melihat orang-orang terdekatnya menggunakan aplikasi OCTO Mobile Banking dengan nyaman dan mendapatkan manfaatnya, mereka cenderung lebih terbuka untuk mencoba aplikasi tersebut. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, dukungan sosial memberikan validasi sosial, sehingga individu merasa lebih percaya diri untuk mencoba hal yang baru. Kedua, dukungan sosial juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang cara menggunakan aplikasi tersebut.

3. Korelasi antara Literasi Keuangan dan Penggunaan Fitur

Penelitian ini mengungkap adanya hubungan yang erat antara tingkat literasi keuangan seseorang dengan kecenderungannya untuk memanfaatkan fitur-fitur canggih pada aplikasi OCTO Mobile Banking. Individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep-konsep keuangan yang kompleks, seperti risiko dan return investasi. Mereka mampu menganalisis informasi keuangan dengan lebih baik, sehingga dapat membuat keputusan investasi yang lebih rasional.

Literasi keuangan yang memadai menjadi fondasi bagi seseorang untuk dapat memanfaatkan secara optimal fitur-fitur advanced yang ditawarkan oleh aplikasi OCTO

Mobile Banking. Dengan pemahaman yang baik tentang konsep-konsep keuangan, pengguna dapat mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih efektif. Mereka dapat mengatur anggaran, merencanakan masa depan, dan bahkan melakukan investasi jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya sebatas pengetahuan, tetapi juga merupakan keterampilan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

4. Pengaruh Faktor Demografis terhadap Adopsi Aplikasi

Faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan juga memberikan kontribusi signifikan terhadap adopsi aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa segmen pasar yang berbeda memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda, sehingga strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen.

Generasi muda khususnya yang berusia antara 18-35 tahun, secara signifikan lebih cepat mengadopsi aplikasi OCTO Mobile Banking dibandingkan generasi yang lebih tua. Hal ini dapat dikaitkan dengan tingkat literasi digital mereka yang tinggi serta kebiasaan yang ada dalam mengadopsi teknologi baru. Generasi muda cenderung lebih nyaman berinteraksi dengan perangkat mobile dan menghargai kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan digital.

Tingkat pendidikan juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap adopsi aplikasi. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, baik itu lulusan perguruan tinggi maupun sekolah menengah atas, cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan manfaatnya dikarenakan lebih mampu mengaplikasikan pengetahuannya untuk mengoperasikan aplikasi perbankan digital dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.

Pendapatan juga berperan penting dalam mendorong adopsi aplikasi OCTO Mobile Banking. Individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap perangkat mobile dan koneksi internet yang stabil. Selain itu, mereka juga memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih produk dan layanan perbankan, sehingga mereka lebih selektif dalam memilih aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi aplikasi OCTO Mobile Banking dipengaruhi oleh kombinasi faktor yang kompleks, baik faktor internal maupun eksternal. Sosialisasi langsung terbukti menjadi strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat aplikasi perbankan digital. Peningkatan literasi keuangan juga berkontribusi signifikan dalam mendorong adopsi dan memungkinkan masyarakat untuk memanfaatkan fitur-fitur aplikasi secara optimal. Selain itu, dukungan sosial dari lingkungan sekitar serta faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan juga berperan penting sebagai katalisator dalam proses adopsi.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika adopsi teknologi keuangan di tingkat masyarakat namun juga menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi tidak hanya bergantung pada fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi, tetapi juga pada faktor-faktor sosial dan psikologis yang mempengaruhi perilaku individu. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya program sosialisasi yang berkelanjutan dan upaya untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat sebagai strategi kunci untuk mendorong inklusi keuangan melalui layanan perbankan digital.

Saran

1. Meningkatkan Frekuensi dan Kualitas Sosialisasi: Mengadakan sosialisasi secara berkala dengan materi yang relevan dan menarik untuk terus meningkatkan kesadaran

- masyarakat.
2. Memperkuat Program Literasi Keuangan: Mengembangkan program literasi keuangan yang komprehensif dan mudah dipahami oleh masyarakat, terutama yang menyasar pada kelompok masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah.
 3. Memanfaatkan Teknologi: Menggunakan teknologi digital seperti media sosial, aplikasi mobile, dan chatbot untuk memperluas jangkauan sosialisasi dan memberikan dukungan kepada pengguna.
 4. Membangun Komunitas Pengguna: Memfasilitasi pembentukan komunitas pengguna online untuk berbagi pengalaman dan informasi, serta memberikan dukungan kepada pengguna baru.
 5. Bekerjasama dengan Lembaga Terkait: Bekerjasama dengan lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi masyarakat untuk memperluas jangkauan program sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Johan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Bank Indonesia, *Digitalisasi Banking Perkembangan dan Respons Kebijakan Bank Indonesia* (Jakarta: Bank Indonesia Official, 2021), 30
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2021). *Jadi Pandemic Winner, Pemerintah, OJK Dan BI Terus Dukung Fintech Dengan Investasi Infrastruktur Dan Regulasi Akomodatif Untuk Optimalisasi Potensi, Inovasi, Dan Perlindungan Konsumen*. Retrieved February 16, 2022, from Bank Indonesia website: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2332721.aspx
- Djalal, F. (2017). *Optimasi Pembelajaran Melalui Pendekatan, Strategi, dan Model Pembelajaran*. Dharmawangsa, 2(1), 31-52.
- Dubey, V. (2019). *FinTech Innovations in Digital Banking*. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 8(10), 597–601. Retrieved from <https://www.ijert.org/research/fintech-innovations-in-digital-banking-IJERTV8IS100285.pdf>
- Dyah NK Makhijani. (2020). *Peran Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dalam Digitalisasi Ekonomi dan Keuangan untuk Indonesia Maju*.
- Helaludin., & Wijaya Hengki. (2019). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Ira Puspitadewi, 2019, *Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai*, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol. 5 No.2 Desember 2019 Hal. 247 - 258
- Kapur, R. (2018). *Significance of Digital Technology*. *International Journal of Transformations in Business Management*, 8(2), 17–30. Retrieved from <https://ijtbm.com/admin/upload/03RadhikaKapur.pdf>
- Kholis, N, 2018. *Perbankan dalam Era Baru Digital*. *Jurnal Economicus*, 12(1), 80-88.
- King, B. (2020). *Bank 4.0 Perbankan di Mana Saja Kapan Saja Tidak Perlu di Bank (1st ed.)*. Jakarta: Mahaka.
- Maharani, *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2020), 21.
- Marlina, A., Bimo, W.A., 2018. *Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank*. *INOVATOR* 7, 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Moridu, “Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan”, *Jurnal Riset Akuntansi Politala* Vol. 03 No. 2, 2020, 67-73.
- Mutiasari, A. I. (2020). *Perkembangan Industri Perbankan di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Nugraha, A. (2022). *Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan Perbankan*.

- Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 6(2), 154.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17841>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021a). Booklet Perbankan Indonesia 2021. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/booklet-perbankan-indonesia/Documents/Pages/Booklet-Perbankan-Indonesia-2021/Booklet Perbankan Indonesia 2021.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/booklet-perbankan-indonesia/Documents/Pages/Booklet-Perbankan-Indonesia-2021/Booklet%20Perbankan%20Indonesia%2021.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021b). Ringkasan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan website: [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Bank-Umum/Summary - POJK 12 - 03 - 2021.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Bank-Umum/Summary%20-%20POJK%2012%20-%2003%20-%202021.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021c). Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia 2020-2025. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/-Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Indonesia-2020---2025/Buku - Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia 2020 - 2025 Long Version.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/-Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Indonesia-2020---2025/Buku%20-%20Roadmap%20Pengembangan%20Perbankan%20Indonesia%2020%20-%202025%20Long%20Version.pdf)
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi Industri 4.0 dan tantangan perubahan Sosial. Seminar Nasional Teknologi Dan Perubahan (SEMATEKSOS) 3 2018. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Retrieved from <http://iptek.its.ac.id/index.php/jps/article/view/4417>
- Puslitbang Aptika dan IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial.
- Wekke, I, S. (2022). METODE PENGABDIAN MASYARAKAT DARI RANCANGAN KE PUBLIKASI. Indramayu: Penerbit Adab.
- Winasti, S., Riyanto, S., & Ariyanto, E. 2020. Digital Transformation in the Indonesian Banking Industry : Impact on Employee Engagement. International Journal of Innovation, Creativity and Chang 12 (4), 528-543.