



Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia

Muhammad Raihan Akbar

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email : raihan240402@gmail.com

Received: 20xx-xx-xx; Accepted: 20xx-xx-xx; Published: 20xx-xx-xx

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri perbankan di Indonesia. Munculnya perbankan digital telah membuka peluang baru sekaligus tantangan dalam hal hukum dan perlindungan konsumen. Dalam konteks perbankan digital, tantangan utama yang dihadapi adalah perlindungan konsumen. Nasabah mengharapkan layanan perbankan digital yang aman, dengan keamanan data pribadi dan perlindungan yang memadai. Namun, kurangnya regulasi yang jelas dan komprehensif terkait perlindungan konsumen menciptakan risiko potensial, seperti kebocoran data. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya serius, termasuk pembentukan kebijakan dan peraturan yang melindungi konsumen dalam penggunaan layanan perbankan digital. Kerjasama antara pemerintah, lembaga pengawas, dan pelaku industri juga diperlukan. Regulasi yang memadai dan ketentuan yang jelas akan memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang sehat dalam perbankan digital. Selain itu, kepercayaan konsumen terhadap perbankan digital perlu diperkuat melalui kebijakan yang memprioritaskan perlindungan data pribadi dan pengelolaan risiko yang baik. Kesadaran akan pentingnya perlindungan data pribadi juga perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, perbankan digital telah menjadi bagian integral dari ekosistem keuangan digital di Indonesia. Namun, tantangan hukum yang dihadapi, terutama dalam perlindungan konsumen, menunjukkan perlunya regulasi yang lebih komprehensif dan peningkatan kesadaran akan pentingnya perlindungan data pribadi. Dengan mengatasi tantangan ini, perbankan digital dapat terus berkembang secara berkelanjutan, menyediakan layanan yang inovatif, dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Kata Kunci : *Perbankan Digital, Perlindungan Konsumen, Kerangka Regulasi, Kepercayaan dan Keamanan, Ekosistem Keuangan.*

Abstract

The development of information technology and digital transformation has brought significant changes to the banking industry in Indonesia. The emergence of digital banking has opened new opportunities as well as challenges in terms of law and consumer protection. In the context of digital banking, the main challenge is consumer protection. Customers expect secure digital banking services with adequate protection for their personal data. However, the lack of clear and comprehensive regulations regarding consumer protection creates potential risks, such as data breaches. To overcome these challenges, serious efforts are needed, including the establishment of policies and regulations that protect consumers in the use of digital banking services. Cooperation between the government, regulatory bodies, and industry players is also necessary. Adequate regulations and clear provisions will ensure the sustainability and healthy growth of digital banking. Additionally, consumer trust in digital banking needs to be strengthened through policies

that prioritize the protection of personal data and effective risk management. Awareness of the importance of personal data protection also needs to be increased. Overall, digital banking has become an integral part of the digital financial ecosystem in Indonesia. However, the legal challenges, especially in consumer protection, indicate the need for more comprehensive regulations and increased awareness of the importance of personal data protection. By overcoming these challenges, digital banking can continue to grow sustainably, provide innovative services, and bring broader benefits to society.

Keywords: *Digital Banking, Consumer Protection, Regulatory Framework, Trust and Security, Financial Ecosystem.*

Copyright © 2023 Ecobankers : Journal of Economy and Banking

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan pada industri perbankan di seluruh dunia. Salah satu hasil dari perkembangan ini adalah munculnya perbankan digital, yang mengubah secara fundamental cara orang berinteraksi dengan layanan perbankan. Indonesia, sebagai negara yang sedang berkembang, juga mengalami pertumbuhan pesat dalam sektor perbankan digital, menciptakan peluang baru dan tantangan yang perlu diatasi.

Perbankan digital menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan menggunakan teknologi digital, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan, mengakses informasi keuangan, dan mengelola akun mereka melalui perangkat elektronik seperti ponsel cerdas dan komputer. Hal ini membantu meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan akses kepada mereka yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan tradisional.

Namun, dengan perubahan ini juga datang tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah perlindungan konsumen dalam konteks perbankan digital. Nasabah memiliki harapan yang tinggi terhadap keamanan data pribadi mereka dan perlindungan yang memadai terhadap risiko kebocoran data. Kurangnya regulasi yang jelas dan komprehensif terkait perlindungan konsumen dalam perbankan digital menciptakan risiko potensial yang perlu diatasi.

Selain itu, manajemen risiko, tata kelola, dan kemampuan teknologi informasi (it) juga menjadi faktor penting dalam menjalankan operasional bank digital secara efektif. Persyaratan yang jelas dan ketentuan yang memadai untuk direktur bank digital diperlukan guna memastikan kompetensi dan keahlian yang sesuai dalam mengelola bank digital. Kontribusi bank digital terhadap pengembangan ekosistem keuangan digital juga perlu diperhatikan, termasuk peran teknologi dan inovasi dalam memperluas layanan perbankan.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan hukum dan perlindungan konsumen dalam perbankan digital di Indonesia. Dengan memahami latar belakang dan tantangan yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek-aspek kunci yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan perbankan digital yang berkelanjutan dan aman.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Studi Pustaka: Melakukan penelusuran literatur dan studi mendalam terkait konsep dasar perbankan digital, inklusi keuangan, peran kepercayaan, perlindungan konsumen, serta faktor-faktor terkait dalam perbankan digital.
2. Analisis Data Sekunder: Mengumpulkan data sekunder dari jurnal-jurnal dan sumber-sumber terpercaya di internet yang relevan dengan topik penelitian, termasuk data tentang

perkembangan perbankan digital, regulasi yang ada, tantangan hukum, dan perlindungan konsumen.

3. Analisis Kualitatif: Menganalisis dan mengevaluasi data yang dikumpulkan melalui studi pustaka dan data sekunder untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara variabel yang terkait dengan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Apa Itu Digital Banking.

Secara umum, digital banking adalah bank digital yang melakukan proses secara virtual di mana layanan perbankan disampaikan melalui internet. Digitalisasi layanan yang ditawarkan oleh bank berpindah dari perbankan tradisional ke digital, dari aktivitas berbasis manual menjadi berbasis otomatis, dan dari transaksi offline menjadi transaksi online. Sementara itu, inklusi keuangan pada umumnya merujuk pada upaya untuk membuat layanan dan produk keuangan dapat diakses dan terjangkau bagi semua orang dan organisasi, tanpa memperhatikan kekayaan bersih pribadi atau ukuran organisasi. Inklusi keuangan berusaha untuk menghilangkan hambatan yang menghalangi individu dalam berpartisipasi di sektor keuangan dan menggunakan layanan tersebut untuk meningkatkan kehidupan mereka. Seperti yang dapat dipahami, inklusi keuangan dapat diwujudkan melalui digital banking.

Menurut (Peterson K. Ozili, 2018), dari sudut pandang praktisi, digital banking adalah layanan keuangan yang disampaikan melalui telepon seluler, komputer pribadi, internet, atau kartu yang terhubung dengan sistem perbankan digital yang dapat diandalkan. Ini termasuk layanan seperti setoran, penarikan, dan transfer uang. Sementara itu, menurut (Carmen Cuesta, 2015), konsep digital banking adalah mekanisme untuk menghasilkan pasokan, saluran distribusi produk dan layanan keuangan secara virtual, teknologi yang canggih untuk lebih mengenal pelanggan dan mengantisipasi kebutuhan mereka dengan cepat dan tepat, dan solusi omni-channel, yaitu media bagi pelanggan untuk berkomunikasi langsung dengan bank mereka melalui telepon seluler dan internet

Selain itu, konsep digital banking dapat merujuk pada proses digitalisasi (dari berbasis offline menjadi berbasis online) dari semua layanan dan produk perbankan tradisional yang sebelumnya hanya dapat diakses oleh nasabah ketika mereka datang ke kantor cabang bank. Layanan tersebut mencakup setoran tunai, penarikan tunai dan transfer, manajemen rekening tabungan atau giro, pengajuan produk keuangan, manajemen kredit dan pinjaman, pembayaran tagihan, dan layanan akun (Darryl Proctor, 2019). Menurut Yoonseock Son (2016), teknologi digital banking telah mempengaruhi inti bisnis perbankan dan telah mengubah sistem operasi layanan keuangan yang sebelumnya didominasi oleh layanan berbasis karyawan offline menjadi berbasis online. Digital banking telah meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya dari proses penyampaian layanan berbasis teknologi dan telah menggeser fokus manajerial ke peningkatan efisiensi operasional kanal digital untuk mengurangi biaya operasional. Yang lebih penting, dengan semakin banyaknya bank yang menyediakan layanan digital banking, penting bagi bank-bank tersebut untuk memahami bagaimana nasabah menggunakan layanan digital dan memanfaatkan manfaatnya untuk memperkuat hubungan dengan nasabah yang lebih baik.

(Loh, 2020) berpendapat bahwa digital banking telah mempengaruhi banyak bank dalam melakukan pengurangan operasi fisik yang terjadi di kantor cabang bank. Pendirian bank digital telah membuat nasabah bank tidak tergantung pada transaksi di dalam kantor cabang. Selain itu, digital banking menawarkan perubahan bagi industri perbankan melalui pengurangan biaya dibandingkan dengan perbankan tradisional dan memberikan akses yang lebih luas kepada nasabahnya. Terakhir, digital banking dapat digambarkan sebagai instrumen baru dalam perbankan dan keuangan, layanan atau praktik baru, pengenalan terhadap metode baru penggunaan uang, saluran dana baru, atau cara baru dalam menangani

transaksi sehari-hari, di mana semua upaya ini menjadi bagian dari lembaga keuangan yang sudah ada dan munculnya pasar baru. Digital banking ini merupakan keunggulan kompetitif bagi bank-bank untuk mengalahkan persaingan, mengurangi paparan risiko, dan mengelola risiko dengan lebih baik jika terjadi, sambil sekaligus merespons kebutuhan nasabah mereka dan menanggapi perubahan pasar.

2. Perbankan Digital di Asia

Diperkirakan bahwa di seluruh Asia, lebih dari 700 juta konsumen menggunakan perbankan digital secara rutin, dengan sebagian besar berada di negara-negara yang sedang berkembang pesat seperti Tiongkok dan India. Dalam survei terakhir pada tahun 2011, perbankan digital lebih umum di kalangan konsumen di Asia yang sudah maju. Temuan terbaru kami menunjukkan bahwa baik di Asia yang sudah maju maupun yang sedang berkembang, perbankan digital melalui desktop, ponsel pintar, dan tablet telah menjadi lebih umum.

Di Asia yang sudah maju, 92 persen responden pada tahun 2014 mengatakan bahwa mereka telah menggunakan perbankan internet, dibandingkan dengan 58 persen pada tahun 2011. Selain itu, 61 persen mengakses layanan perbankan menggunakan ponsel pintar, lebih dari tiga kali lipat dari penetrasi yang terlihat pada tahun 2011. Perilaku di pasar-pasar yang sedang berkembang menunjukkan pergeseran yang lebih cepat, meskipun dari basis yang lebih rendah. Penetrasi perbankan internet di pasar-pasar ini meningkat dari 10 persen pada tahun 2011 menjadi 28 persen pada tahun 2014, dan akses melalui ponsel pintar meningkat dari 5 persen pada tahun 2011 menjadi 26 persen pada tahun 2014.

Selain itu, pelanggan di seluruh Asia semakin sering menggunakan perbankan digital. Di Asia yang sudah maju, pelanggan terhubung dengan bank mereka melalui internet atau ponsel pintar lebih sering setiap bulannya dibandingkan melalui saluran tradisional (Gambar 3). Di Asia yang sedang berkembang, saluran tradisional ini, terutama ATM, masih mendominasi, tetapi pelanggan menggunakan perbankan internet dan ponsel pintar hampir lima kali lebih sering daripada pada tahun 2011. Di seluruh Asia, konsumen melakukan kunjungan ke cabang bank dan panggilan telepon yang lebih sedikit pada tahun 2014 daripada pada tahun 2011.

Di pasar-pasar yang sudah maju di Asia, survei kami menunjukkan tingkat penetrasi hampir mencapai titik jenuh di semua kelompok pendapatan yang kami telaah, mulai dari 90 persen di antara rumah tangga dengan tingkat pendapatan median hingga 95 persen di antara kelompok berkecukupan. Sebagian besar kelompok usia yang termasuk dalam survei juga menunjukkan tingkat penetrasi lebih dari 90 persen, dengan konsumen yang berusia lebih dari 50 tahun - dengan penetrasi 87 persen - sedikit kurang cenderung menggunakan perbankan digital.

Namun, dalam pasar-pasar yang sedang berkembang di Asia, penelitian kami menunjukkan bahwa perbankan digital paling populer di kalangan kelompok berkecukupan dan generasi muda. Penetrasi di antara kelompok berpendapatan tinggi hampir mencapai 40 persen dibandingkan dengan sekitar 30 persen di antara kelompok berpendapatan rendah. Pada saat yang sama, sekitar 40 persen konsumen berusia 21 hingga 39 tahun yang kami survei menggunakan perbankan digital, dibandingkan dengan sedikit lebih dari 20 persen pelanggan antara usia 40 dan 64 tahun.

Tren menuju perbankan digital tidak kemungkinan akan berhenti, meskipun faktor-faktor seperti hambatan regulasi dan, bagi sebagian konsumen, ketertarikan pribadi terhadap cabang fisik, bekerja melawannya. Sebagai indikasi, di seluruh Asia yang sudah maju, lebih dari 80 persen responden survei telah membeli barang atau jasa secara online, namun hanya 58 hingga 75 persen yang membeli produk perbankan secara online, tergantung pada negara. Di Asia yang sedang berkembang, kami melihat kesenjangan yang serupa. Pembelian online produk dan jasa umum berkisar dua kali lebih tinggi daripada pembelian produk perbankan di Tiongkok hingga enam kali lebih tinggi di Indonesia.

Selain itu, sebagian besar konsumen Asia yang kami survei mengatakan bahwa mereka terbuka untuk menggunakan bank online tanpa sistem cabang fisik, setidaknya untuk sebagian bisnis mereka. Di Asia yang sudah maju, 72 persen mengatakan mereka akan mempertimbangkan menggunakan bank online murni, dan di Asia yang sedang berkembang, 44 persen.

Akses digital ke informasi keuangan juga memberikan pengaruh yang signifikan bagi pelanggan di pasar-pasar Asia yang sudah maju dan sedang berkembang. Sebagian besar responden kami di Asia yang sudah maju dan sekitar sepertiga di Asia yang sedang berkembang mengatakan mereka melakukan riset produk dan layanan perbankan secara online sebelum membuat keputusan akhir untuk membeli. Yang lebih penting, 20 hingga 30 persen dari mereka yang melakukan riset online mengatakan informasi yang mereka temukan mengubah pikiran mereka tentang pembelian mereka.

3. Keberadaan Kantor Cabang Tetaplah Penting.

Pergeseran cepat menuju perbankan digital mungkin menunjukkan kehancuran cabang bank, tetapi beberapa faktor menjamin bahwa cabang-cabang tersebut akan tetap memainkan peran penting di Asia dalam waktu yang akan datang. Misalnya, konsumen menggunakan beberapa saluran, bukan hanya mengandalkan layanan online atau melalui cabang. Bahkan di Asia yang sudah maju, di mana perbankan digital hampir merata, sekitar sepertiga responden kami mengunjungi cabang setidaknya sekali sebulan. Tiga faktor, khususnya, menunjukkan relevansi yang terus berlanjut dari jaringan cabang:

- a. Mencapai kesepakatan: Di seluruh Asia, mayoritas nasabah perbankan yang disurvei mengatakan mereka mencari saran pribadi dan mengajukan produk baik secara langsung di cabang atau melalui pusat panggilan. Meskipun pembelian beberapa produk, seperti kartu kredit, semakin umum dilakukan secara online, nasabah tetap mencari saran pribadi untuk produk yang lebih kompleks, seperti hipotek, investasi, dan asuransi jiwa, bahkan setelah melakukan penelitian awal secara online.
- b. Kebutuhan regulasi: Dalam banyak kasus, peraturan perbankan nasional mensyaratkan kontak pribadi untuk transaksi tertentu, terutama bagi nasabah baru. Hampir semua regulator nasional memiliki peraturan yang ketat mengenai mengenal nasabah dan pencegahan pencucian uang, sebagai bagian dari upaya internasional untuk memerangi pencucian uang dan pendanaan terorisme, yang membutuhkan verifikasi identitas. Meskipun beberapa negara terbuka terhadap metode digital untuk mematuhi peraturan ini, seperti menggunakan video online atau mentransmisikan data biometrik melalui ponsel pintar, yang lain tetap mensyaratkan pertemuan tatap muka dengan karyawan bank bagi nasabah yang membuka rekening deposito.
- c. Rasa aman: Dahulu, bank membangun bangunan megah untuk memberikan rasa permanen dan keamanan yang sangat dibutuhkan oleh nasabah untuk simpanan mereka. Saat ini, meskipun cabang-cabangnya kurang mewah, mereka memberikan rasa aman yang sama yang sulit ditandingi oleh bank online.

4. Apa yang diinginkan oleh nasabah dari perbankan digital?

- a. Konsumen perbankan digital menginginkan lebih dari sekadar keberadaan online, bahkan jika itu merupakan yang terbaik di kelasnya. Penelitian kami menunjukkan bahwa di Asia yang sudah maju, ada empat atribut yang lebih penting bagi nasabah daripada kualitas saluran digital: kualitas layanan dasar, kekuatan produk keuangan, reputasi merek, dan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan (Gambar 4). Di antara atribut yang diinginkan ini, survei juga menunjukkan bahwa nasabah perbankan di pasar Asia yang sudah maju umumnya paling tidak puas dengan produk keuangan dan pengalaman pelanggan. Hasil survei dari Asia yang sedang berkembang lebih tidak meyakinkan,

menunjukkan bahwa pasar-pasar ini masih berada pada tahap awal dalam perbankan digital.

- b. Hasil ini menunjukkan bahwa bank-bank seharusnya menggunakan platform online tidak hanya untuk menyajikan produk dan layanan terpilih, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui portofolio produk lengkap dengan memanfaatkan teknologi online. Sebagai contoh, salah satu bank di China meluncurkan penawaran perbankan digital untuk segmen "massa digital" yang muda, dengan fokus pada produk-produk sederhana dengan pengembalian yang menarik, pengalaman pelanggan yang nyaman melalui perbankan mobile dan online, serta keamanan. Selain mengelola tabungan, nasabah juga dapat menghubungkan kartu kredit ke akun mereka untuk manajemen keuangan dan analisis pengeluaran secara real-time.
- c. Untuk memfasilitasi perolehan nasabah, bank tersebut memperkenalkan proses pendaftaran akun tanpa kertas yang hanya membutuhkan waktu dua menit untuk diselesaikan dan menghubungkan akun tersebut dengan kartu identitas dan nomor telepon seluler nasabah. Fitur tambahan kemudian dapat diaktifkan setelah pendaftaran dengan mengunggah foto nasabah yang memegang kartu identitas mereka, dan menghubungkan akun baru dengan akun bank lainnya. Bank tersebut menggunakan saluran internal dan eksternal untuk perolehan nasabah, berhasil mendaftarkan sekitar 200.000 nasabah dalam dua bulan pertama setelah meluncurkan proses tersebut.
- d. Nasabah perbankan digital di Asia yang sudah maju sangat yakin dengan fitur-fitur spesifik yang mereka inginkan, terutama program loyalitas, diskon yang ditawarkan melalui perangkat seluler, dan akses online lengkap ke portofolio mereka—83 persen dari responden mengatakan bahwa setidaknya fitur-fitur ini dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam memilih bank (Gambar 5). Di Asia yang sedang berkembang, kepastian mengenai fitur-fitur yang paling penting jauh lebih sedikit, yang merupakan ciri khas dari pasar yang baru berkembang di mana konsumen belum familiar dengan keuntungan potensial dari perbankan digital.
- e. Temuan kami juga menunjukkan bahwa kesederhanaan dan keamanan adalah aspek yang sangat penting untuk penawaran online. Dari nasabah perbankan yang belum pernah melakukan pembelian produk perbankan secara online, 47 persen di Asia yang sudah maju dan 35 persen di Asia yang sedang berkembang mengatakan bahwa hambatan utama adalah bahwa produk-produk tersebut terlalu rumit sehingga mereka membutuhkan penjelasan dari seseorang. Pada saat yang sama, kekhawatiran keamanan menghentikan sekitar 56 persen responden di Asia yang sedang berkembang dan 44 persen responden di Asia yang sudah maju untuk melakukan pembelian produk secara online.
- f. Studi ini menemukan perbedaan yang jelas dalam cara mendekati nasabah di Asia yang sudah maju dan Asia yang sedang berkembang, yang merupakan pertimbangan penting bagi bank-bank yang mencoba mengalihkan nasabah ke saluran digital yang lebih murah. Di Asia yang sudah maju, lebih dari 60 persen responden mencoba perbankan online baik karena rasa ingin tahu atau karena tawaran yang menggoda. Mereka umumnya mencari kemudahan akses 24 jam ke akun mereka. Di Asia yang sedang berkembang, nasabah pertama kali mencoba penawaran digital setelah diperlihatkan cara menggunakannya oleh bank, keluarga, atau teman. Meskipun kenyamanan juga penting bagi nasabah ini, mereka lebih tertarik pada fleksibilitas akses ke layanan perbankan melalui telepon seluler.

5. Menanggapi perubahan tersebut

- a. Pergeseran cepat menuju perbankan digital di Asia memiliki konsekuensi yang luas bagi seluruh industri jasa keuangan. Bank-bank incumben dapat mengubah bisnis mereka yang sudah ada dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan pendapatan dan keterlibatan pelanggan serta membuat proses lebih efisien. Penyerang potensial dapat menggunakan perbankan digital sebagai cara inovatif untuk merebut pangsa pasar.

Perbankan digital juga membuka peluang bagi perusahaan di luar sektor keuangan untuk menawarkan produk dan layanan perbankan yang sebelumnya menjadi domain bank.

- b. Tidak peduli pada posisi awal saat ini, bank-bank dapat fokus membangun seperangkat kemampuan digital yang inti untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan menambah nilai. Ini termasuk:
- c. Pertumbuhan pendapatan melalui analitik canggih: Bank-bank Asia telah mempelajari pelajaran besar tentang nilai data dan analitik canggih dari institusi non-bank seperti Alibaba, raksasa internet China yang telah menggunakan kemampuan analitiknya untuk menganalisis transaksi penjual di pasarannya dan berhasil menawarkan pinjaman mikro. Perusahaan dapat menggunakan data dan informasi yang mereka miliki, termasuk demografi pelanggan, transaksi dan penggunaan produk, serta perilaku kredit. Sebagai contoh, satu bank di Asia memiliki banyak pelanggan tetapi menemukan bahwa mereka tertinggal dibandingkan pesaing dalam penjualan silang produk baru. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, bank tersebut membangun model kecenderungan pembelian produk berikutnya yang didukung oleh analitik canggih. Pendekatan tersebut, yang melibatkan merancang perjalanan keputusan pelanggan dalam pemilihan dan pemenuhan produk untuk memungkinkan penjualan melalui semua saluran bank, membantu meningkatkan tingkat pengambilan produk tiga kali lipat.
- d. Pendigitalan proses end-to-end: Perubahan teknologi memberikan kesempatan untuk membuat perbaikan dramatis dalam efisiensi proses dan pengalaman pelanggan. Sebagai contoh, sebuah bank di Eropa merancang ulang proses hipoteknya untuk memanfaatkan teknologi digital. Dengan memungkinkan penerimaan tanda tangan digital, otomatisasi pembayaran dan pencocokan data dengan registri properti, serta pendigitalan arsip, biaya pemrosesan aplikasi hipotek dapat dikurangi setengahnya dan penawaran hipotek dapat diselesaikan dalam waktu hanya 15 menit, dibandingkan dengan dua hingga lima hari sebelum perancangan ulang.
- e. Pendigitalan menawarkan cara untuk membayangkan kembali proses dan melibatkan organisasi dalam inovasi. Sebagai contoh, satu bank di Asia mengadakan "hackathon" yang dalam 24 jam membantu merancang proses pembukaan rekening terbaik. Hackathon tersebut mengumpulkan tim lintas fungsi, termasuk manajer garis depan, manajer produk, manajemen risiko, operasi, hukum, dan kepatuhan yang didukung oleh desainer dan pengembang yang responsif.
- f. Desain berpusat pada pengguna untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang luar biasa. Inovator seperti Apple, Airbnb, dan Uber telah mengubah lanskap persaingan dalam berbagai industri melalui inovasi dalam pengalaman pelanggan. Ketika konsumen semakin banyak memilih berbagai saluran dalam proses pengambilan keputusan mereka, bank-bank memiliki kesempatan untuk lebih memahami sumber ketidakpuasan untuk mengembangkan cara baru untuk meningkatkan keterlibatan. Satu bank di Asia menggunakan pendekatan berpusat pada pengguna untuk membayangkan ulang pengalaman perbankan mobile dan online. Dengan menggunakan wawasan dari panel pelanggan segmen target, tim tersebut mengidentifikasi kebutuhan (misalnya, satu ketukan untuk melihat saldo di semua akun dan untuk membuat transfer lebih mudah) dan kekhawatiran (misalnya, akses yang aman namun nyaman) dari pelanggan mereka. Tim kemudian mengembangkan prototipe aplikasi perbankan mobile dan mengasahkannya dalam beberapa iterasi dengan pelanggan. Pendekatan ini sangat penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menarik, sambil secara signifikan mengurangi jumlah pelanggan yang keluar selama proses pendaftaran.
- g. Mendirikan arsitektur TI dengan dua kecepatan. Saat harapan konsumen meningkat, organisasi tradisional yang terbebani oleh sistem backend warisan berjuang untuk memberikan pengalaman pelanggan yang diinginkan. Bersaing di lingkungan digital akan memerlukan perpindahan menuju arsitektur dua kecepatan yang mengakomodasi front

end berfokus pada pelanggan yang berjalan dengan cepat seiring dengan backend warisan yang berfokus pada transaksi dengan kecepatan yang lebih lambat. Siklus rilis perangkat lunak untuk elemen yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus modular dan memungkinkan implementasi cepat. Di sisi lain, sistem inti yang dirancang untuk keandalan tinggi dan manajemen kualitas data yang ketat akan mengakibatkan siklus rilis yang lebih lama.

- h. Bank-bank dengan basis pelanggan yang besar dapat fokus pada penciptaan nilai melalui kemampuan yang disebutkan sebelumnya. Pendekatan strategis alternatif yang menarik bagi penyerang adalah menggunakan model bisnis yang mengganggu dengan biaya rendah yang tidak memerlukan jaringan cabang yang luas dan merancang produk dan proses khusus untuk saluran digital. Analisis kami menunjukkan bahwa pemain baru tanpa jaringan cabang warisan dapat mencapai rasio biaya pendapatan yang lebih rendah, yaitu 40 hingga 50 persen dalam empat hingga lima tahun, dibandingkan dengan sekitar 60 persen pada bank ritel berbasis cabang yang tradisional. Penyerang juga dapat fokus pada satu set produk tiga atau empat produk bernilai tinggi, mengurangi kompleksitas jangkauan produk mereka dan mengabaikan produk dan layanan dengan tingkat pengembalian yang kurang menarik atau sulit ditawarkan secara online.
- i. Namun, penyerang harus menemukan cara kreatif untuk menawarkan pelanggan rasa keamanan dan melewati hambatan regulasi. Banyak pemain baru menggunakan upaya pemasaran yang luas untuk menggantikan rasa keamanan yang ditawarkan oleh jaringan cabang. Anggaran pemasaran untuk bank online, misalnya, biasanya sekitar 15 persen dari total pengeluaran, dibandingkan dengan kurang dari 5 persen untuk bank incumbent. Program asuransi deposit yang kuat juga digunakan untuk memberikan rasa keamanan yang lebih besar bagi pelanggan.
- j. Perbankan digital juga memungkinkan perusahaan di luar sektor keuangan (misalnya, Alibaba dan Tencent) untuk menawarkan pembayaran dan layanan lain yang secara tradisional menjadi wilayah bank. Perusahaan-perusahaan ini, umumnya berasal dari sektor e-commerce, teknologi tinggi, dan telekomunikasi, seringkali lebih inovatif daripada lembaga keuangan incumbent dan tidak terkendala oleh sistem komputer warisan dan sikap korporat yang kaku. Tantangan terberat mereka adalah mengatasi hambatan regulasi, seperti larangan menerima simpanan, dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

6. Transformasi Digital Bank

- a. Teknologi yang mengganggu dalam layanan keuangan, fintech telah melakukan transformasi digital dalam industri perbankan dengan fokus pada layanan keuangan yang berorientasi pada pelanggan, yang berkembang untuk UMKM. Terbebani oleh inovasi dan kemajuan fintech dan perusahaan teknologi, bank investasi tradisional sedang merombak operasi mereka dengan memperluas platform inti mereka ke perbankan ritel dan komersial, sementara bank ritel incumbent dengan cepat menggeser model bisnis mereka menuju mobilitas digital untuk pengalaman perbankan yang lebih cepat, lebih aman, dan lebih dipersonalisasi bagi pelanggan. Hampir semua bank tradisional, dengan memanfaatkan kekuatan mereka dalam regulasi dan basis pelanggan yang ada, telah bekerja sama dengan peserta pasar fintech dengan menggabungkan teknologi inovatif yang muncul selama beberapa tahun terakhir. Ketika memasuki dekade baru, industri perbankan dan fintech akan terus tumbuh dalam bentuk kemitraan, merger, dan akuisisi, menuju konsolidasi antara bank, fintech, perusahaan teknologi, dan penyedia jaringan media sosial. Alat digital seperti kecerdasan buatan (AI) dan blockchain, platform data, teknologi regulasi keamanan siber, dan kemitraan strategis akan secara penting tetap berada di posisi yang baik dalam pasar perbankan ekosistem keuangan yang sepenuhnya bertransformasi secara digital. (Khanna & Martins, 2018)
- b. Perbankan tradisional telah mengalami sedikit perubahan dan tantangan hingga perbankan digital dimulai dengan model perbankan berbasis cabang pada awal tahun

1990-an (lihat Gambar 1 di bawah). Bank internet pertama adalah Stanford Federal Credit Union di Amerika Serikat pada tahun 1994. Pada awal perbankan online, jumlah cabang bank lokal telah berkurang secara signifikan di seluruh dunia. Pada saat yang sama, jumlah bank digital meningkat secara stabil di seluruh dunia. ING Direct adalah perusaha digital asli, dimulai sebagai bank online eksklusif pada tahun 1996 dan menarik lebih dari 20 juta pelanggan di 9 negara dalam waktu sedikit lebih dari satu dekade tanpa perlu berinvestasi dalam infrastruktur fisik. Bank fintech "N26" pertama kali mendapatkan lisensi perbankan pada tahun 2013. Facebook akan meluncurkan fasilitas perbankan berbasis jaringan sosial pada tahun 2020, sementara Amazon akan menawarkan fitur rekening cek berbasis e-commerce pada tahun 2021. Pada tahun 2020, aplikasi perbankan seluler, deposito langsung untuk pembayaran P2P, dan platform perbankan berbasis awan yang didukung AI menjadi norma bagi pelanggan perbankan. Rentang waktu perkembangan perbankan ritel digital di bawah ini menunjukkan bahwa ada implikasi signifikan dari perubahan untuk tahap berikutnya dari fintech-banking sekitar tahun 2019 ketika API fintech mulai digunakan oleh bank-bank besar. Semua jenis kerja sama dan kemitraan seperti M&A, modal ventura (VC), dan ekuitas swasta (PV) telah mencapai nilai transaksi historis pada tahun 2018 dan 2019, mencerminkan bahwa industri fintech memasuki pasar yang matang.

- c. Bank digital-only atau bank pendatang adalah pesaing bagi lembaga perbankan tradisional. Secara umum, bank digital neo-digital ini menunjukkan fitur antarmuka yang ramah pengguna, penetapan harga yang kompetitif, perdagangan saham bebas komisi, cryptocurrency untuk akun premium, dan verifikasi identitas virtual, Apple Pay dan Google Pay, serta transfer P2P melalui telepon atau email hanya kepada pengguna bank yang sama. Perusahaan fintech yang berorientasi pada pelanggan ini mengumpulkan lebih dari \$2,5 miliar pada tahun 2019. Bank digital baru ini adalah sektor dengan pertumbuhan tercepat di antara startup fintech karena mereka menawarkan kenyamanan dan kemudahan dalam perbankan, misalnya, hampir 40% penurunan kunjungan ke bank. Menurut survei waktu (2016), konsumen lebih memilih berinteraksi dengan lembaga keuangan mereka secara online (67%); tatap muka di cabang (57%); smartphone (55%); ATM (52%); dan telepon (26%) (Pilcher, 2020). Bank digital-only tumbuh dalam jumlah dan pendapatan di seluruh dunia (Bhutani & Wadhvani, 2018). Mereka merupakan alasan utama jumlah cabang bank diperkirakan akan turun 36% (sekitar empat kunjungan per tahun) dari 2017 hingga 2022 dengan transaksi seluler meningkat 121% dalam periode yang sama sehingga interaksi perbankan melalui laptop dan desktop akan mengalami penurunan 63% antara 2017 dan 2022. (Pilcher, 2020). Dalam lima tahun mendatang, 88% dari semua interaksi dengan lembaga keuangan ritel akan dilakukan melalui perangkat seluler. Pergeseran menuju perbankan seluler dari perbankan desktop tidak terjadi dengan kecepatan yang sama di semua demografi.

7. Munculnya Bank Digital-Fintech

- a. Investasi dalam bank digital-only meningkat lebih dari tiga kali lipat pada tahun 2019 menjadi US\$5,2 miliar dari US\$1,6 miliar pada tahun 2018. Terdapat peningkatan yang signifikan dalam kategori pembayaran (28%) dan pinjaman (25%), di mana startup menguasai lebih dari separuh investasi fintech global, sementara insurtech berada di peringkat 13%. Industri fintech yang semakin matang menunjukkan bahwa jumlah kesepakatan fintech secara global mencapai tingkat rekor 6,8% pada tahun 2019. Namun, jumlah startup fintech mengalami penurunan menjadi 3.472 pada tahun 2019, mencerminkan pasar fintech yang sudah matang, dari sekitar 6.000 startup fintech pada tahun 2017, dan berjumlah 13.000 pada tahun 2014. Tren ini menunjukkan bahwa fintech dengan mudah meyakinkan pelanggan dengan menawarkan aplikasi seluler yang dirancang fokus pada pengguna untuk transfer uang dan pembayaran. Namun, saat ini

pengalaman pengguna yang luar biasa telah menjadi norma yang telah diadopsi oleh sebagian besar institusi keuangan, dengan menawarkan fungsionalitas penuh melalui perangkat seluler dengan desain terbaik di kelasnya. Sebagai hasilnya, pelanggan membutuhkan alasan yang lebih kuat untuk beralih ke penawaran fintech baru. Fintech dan perusahaan teknologi besar (seperti Apple, Google, Microsoft, dan Amazon) akan berfokus pada analitika berbagi data dengan kecerdasan buatan (AI) dan penekanan pada keamanan siber dalam beberapa tahun mendatang.

- b. Bank digital-only-virtual menawarkan pembayaran global, transfer peer to peer (P2P), kartu MasterCard tanpa kontak dengan biaya transaksi gratis pada rekening cek dan rekening saat ini atau setara, yang merupakan jenis akun transaksional yang ditujukan untuk konsumsi dan pembayaran sehari-hari. Beberapa bank digital-only yang muncul adalah Revolut, Moven, Monese, HelloBank, FirstDirect, dan Digibank, di antara puluhan lainnya pada tahun 2018 (Pilcher, 2020).

8. Tantangan Hukum dalam Perlindungan Konsumen Perbankan Digital di Indonesia

Pengembangan dan penciptaan ekosistem digital tentu saja menimbulkan berbagai tantangan. Di bidang Perbankan Digital itu sendiri, baik dalam hal layanan perbankan digital maupun bank digital, terdapat beberapa tantangan yang muncul sebagai reaksi terhadap perkembangan dan keberadaan teknologi ini. Berikut adalah beberapa tantangan dari perspektif hukum.

10. Inovasi dan Keamanan Bisnis

Tantangan hukum pertama dalam perbankan digital adalah sejauh mana sistem perbankan digital dapat diimplementasikan sambil tetap menjaga 2 (dua) aspek penting secara bersamaan, yaitu meningkatkan layanan pelanggan melalui model bisnis inovatif dan tetap memberikan keamanan dalam transaksi pelanggan, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi pelanggan akibat implementasi sistem perbankan digital. Dalam hal ini, keberadaan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan/POJK perlu diperkuat dengan undang-undang dan peraturan yang lebih spesifik mengenai perlindungan konsumen perbankan digital (Christiawan, n.d). Saat ini, belum ada regulasi lebih lanjut mengenai hal ini. Regulasi yang disediakan oleh Indonesia dalam bidang perbankan digital sangat terbatas. Terdapat 2 (dua) peraturan dari OJK yang mengatur keberadaan perbankan digital dan layanan perbankan digital, yaitu POJK No. 12/POJK.03/2018 yang mengatur layanan perbankan digital yang dilakukan oleh bank sebelum munculnya bank digital yang memiliki layanan digital lengkap dan POJK No. 12/POJK.03/2021 yang menyediakan dasar hukum untuk keberadaan bank digital, namun tidak mengatur secara rinci implementasinya dan regulasi lebih lanjut.

11. Prinsip Kehati-hatian dan Keberlanjutan Bisnis Perbankan Digital

Semua bank dalam menjalankan bisnisnya harus selalu menjaga prinsip kehati-hatian, atau yang juga dikenal sebagai prinsip pencegahan, sebagaimana diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Perbankan Indonesia yang berbunyi: "Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian." Prinsip kehati-hatian berarti bahwa bank dalam mengelola dan menjalankan kegiatan usahanya harus melakukannya dengan hati-hati demi menjaga kesehatan bank (Dendhana, 2013). Hal ini menjadi kewajiban, mengingat bahwa bank adalah lembaga kepercayaan publik yang berfungsi untuk menjaga stabilitas moneter suatu negara melalui transaksi keuangan yang sehat. Prinsip kehati-hatian ini juga berlaku bagi sistem Bank Digital yang diatur dalam Pasal 24 huruf (b) POJK No.12/POJK.03/2021 yang secara prinsip mengatur bahwa bank yang menjalankan bisnis sebagai bank digital harus memiliki kemampuan mengelola bisnis digital yang menerapkan prinsip kehati-hatian dan keberlanjutan. Namun, meskipun sudah diatur, ketentuan yang tercantum dalam POJK masih belum lengkap, sehingga untuk menerapkan prinsip-prinsip kehati-hatian secara 'mengikat'

dan imperatif, diperlukan parameter, kriteria, dan langkah-langkah penerapan prinsip kehati-hatian dalam sistem perbankan digital (Christiawan, n.d).

12. Kelebihan Digital Banking.

Pusat gravitasi dari proses inovasi keuangan telah bergeser dari sektor perbankan ke pemain baru yang sebelumnya berada di luar sistem keuangan tetapi menggunakan teknologi digital.

a. Layanan pembayaran

Perbankan ritel ditandai dengan transaksi yang sangat terstandarisasi dan biaya tetap yang substansial. Aspek struktural ini menawarkan lahan subur bagi persaingan dari perusahaan digital yang lincah dan kurang terbebani oleh struktur biaya mereka. Sesuai dengan itu, munculnya inovasi digital di sektor pembayaran ritel membuka jalan bagi munculnya beragam solusi pembayaran dengan biaya rendah di tengah pertumbuhan yang pesat dalam perdagangan online. Pada tahun 2007, Direktif Layanan Pembayaran Eropa pertama (Directive 2007/64/EC, PSD1) menciptakan kategori baru penyedia layanan pembayaran yang dikenal sebagai "lembaga pembayaran" untuk mengatur ketentuan persaingan baru ini.

Pada akhir tahun 2015, Prancis memiliki 24 lembaga pembayaran yang diizinkan, dibandingkan dengan tiga pada akhir 2010. Meskipun peserta baru ini sangat bergantung pada instrumen pembayaran yang sudah ada yang dikeluarkan atau dikelola oleh bank (terutama kartu pembayaran dan transfer kredit, ditambah debit langsung dalam tingkat yang lebih rendah), mereka berhasil merebut pangsa pasar dengan mengorbankan lembaga-lembaga perbankan. Total aliran pembayaran yang diproses oleh penyedia layanan yang diizinkan sebagai lembaga pembayaran meningkat menjadi EUR 25 miliar pada tahun 2014, namun tetap jauh lebih kecil dibandingkan dengan total aliran yang dikelola oleh sistem pembayaran ritel CORE Prancis, yang melebihi EUR 5 triliun pada tahun 2014.

Digitalisasi layanan pembayaran juga mengambil bentuk yang lebih mengganggu. Misalnya, penyedia baru yang tidak tercakup dalam cakupan PSD1 muncul untuk menghubungkan konsumen dan pedagang (penyedia layanan pembayaran pihak ketiga) atau untuk memungkinkan pelanggan melihat informasi pada beberapa akun (penyedia layanan informasi akun). Mata uang virtual, terutama bitcoin, memperkenalkan mekanisme bayangan penciptaan uang, meskipun pertumbuhannya masih jauh melampaui komentar dan analisis yang dipersembahkan untuk mereka. Dengan berusaha menantang mata uang legal, mata uang virtual tampaknya memperkenalkan gangguan besar dengan ambisinya untuk menantang monopoli bank sentral dalam penerbitan. Namun penggunaannya masih sangat kecil: jumlah harian yang ditukar berada di bawah EUR 100 juta dengan kurang dari 200.000 transaksi, dibandingkan dengan EUR 70 miliar dalam pembayaran dengan 250 juta transaksi setiap hari di Uni Eropa.

b. Layanan pembiayaan

Dalam bidang pembiayaan korporat juga, digitalisasi membuka peluang untuk inovasi yang, dalam konteks peraturan perbankan yang lebih ketat dan suku bunga yang rendah secara berkelanjutan, berkontribusi pada diversifikasi pasokan di luar sektor perbankan. Sementara itu, perusahaan, terutama perusahaan kecil, usaha kecil menengah, dan perusahaan berukuran menengah, telah menunjukkan bahwa mereka membutuhkan sumber pembiayaan alternatif yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, platform crowdfunding muncul, memenuhi kebutuhan akan jumlah pinjaman atau ekuitas yang kecil dan melengkapi pendekatan pembiayaan yang sudah ada. Di Prancis, terdapat 86 platform crowdfunding pada Maret 2016, yang terdiri dari 55 perantara yang menyediakan crowdfunding berbasis pinjaman, 27 penasihat crowdfunding, dan 4 platform dengan status ganda. Jumlah dana yang terkumpul

meningkat dua kali lipat pada tahun 2015 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, menjadi EUR 297 juta, yang terdiri dari EUR 197 juta dalam bentuk pinjaman, EUR 50 juta dalam pembelian surat berharga, dan EUR 50 juta dalam bentuk sumbangan. Namun, mereka masih terbatas dalam hal kebutuhan pendanaan keseluruhan perusahaan.

c. Layanan investasi

Inovasi teknologi memiliki dampak yang lebih signifikan pada transaksi pasar keuangan, terutama pada praktik perdagangan surat berharga. Perusahaan perdagangan frekuensi tinggi (HFT) telah menjadi pemain kunci di pasar saham, 10 menyumbang 24% dari volume perdagangan di pasar saham Eropa. Perusahaan HFT memiliki dua karakteristik yang memungkinkan mereka melakukan jumlah perdagangan kecil dalam jumlah yang sangat besar dengan jangka waktu investasi yang pendek (seringkali intraday): (i) akses ultra cepat - hanya beberapa milidetik - ke platform perdagangan dan informasi pasar; dan (ii) algoritma perdagangan yang beroperasi secara mandiri tanpa keterlibatan manusia saat pasar buka. Meskipun manfaat ekonomi dan sosial dari perusahaan HFT ini meragukan, perkembangan cepat perusahaan HFT ini memanfaatkan batas masuk yang rendah. Para pemain ini cenderung merupakan non-bank dengan modal kecil atau bahkan tidak signifikan dibandingkan dengan market maker tradisional, yaitu bank, yang persyaratan modal regulasinya untuk buku perdagangan meningkat.

13. Kekurangan Digital Banking.

Namun, digitalisasi layanan keuangan juga menimbulkan risiko baru terhadap stabilitas keuangan. Pengembangan instrumen dan layanan digital di bidang perbankan dan keuangan sebaiknya disambut baik, asalkan instrumen dan layanan ini memenuhi kebutuhan konsumen dan investor, mendukung peningkatan produktivitas, dan membuat ekonomi Prancis lebih kompetitif. Namun, perkembangan ini mungkin tidak hanya mengurangi keamanan transaksi atau memfasilitasi pencucian uang dan pendanaan terorisme, tetapi juga meningkatkan dua risiko sistem keuangan tradisional (risiko kredit dan likuiditas).

a. Keamanan transaksi

Digitalisasi layanan keuangan merupakan tantangan bagi bank sentral dalam melaksanakan tugas mereka untuk memastikan transaksi keuangan yang aman (pembayaran, pengiriman, dan penyelesaian).

Di bidang pembayaran, misalnya, sumber risiko telah berpindah dengan munculnya peserta dan metode pembayaran baru. Pertumbuhan perdagangan daring pada awal tahun 2000-an disertai dengan penggunaan luas pembayaran jarak jauh melibatkan kartu kredit, tetapi juga instrumen-instrumen inovatif lainnya: dompet elektronik, solusi berbasis transfer kredit dari rekening bank, dan pembayaran terintegrasi dalam aplikasi seluler yang memungkinkan pembelian dilakukan dengan cepat menggunakan ponsel pintar.

Secara lebih luas, pertumbuhan signifikan sistem perdagangan terdesentralisasi, yang didorong misalnya oleh teknologi blockchain yang terkait dengan bitcoin, dapat mengubah kondisi di mana bank sentral melaksanakan tugasnya. Model-model tersebut dapat menggantikan prosedur operasional tradisional lembaga kliring, yang didasarkan pada agregasi dan kliring sentral arus transaksi, sehingga mempengaruhi kerangka kerja pengelolaan jaminan dan prosedur pencatatan aset. Namun, kecuali untuk bitcoin, teknologi ini masih sangat dalam tahap eksperimental. Sebelum potensi pengembangannya dapat dikonfirmasi, berbagai kondisi harus dipenuhi dalam hal keamanan, biaya, kemampuan untuk memproses volume transaksi besar dengan cepat, dan bahkan manfaat ekonomi dari menghindari pihak ketiga yang terpercaya dalam beberapa kegiatan.

b. Kejahatan Siber

Dengan masuknya ke dalam dunia siber, sektor keuangan terpapar risiko kejahatan siber, yaitu pelanggaran yang dilakukan dengan menggunakan komputer atau jaringan informasi dan bertujuan untuk melanggar data atau sistem suatu lembaga.

Risiko-risiko ini sudah diperhatikan oleh perusahaan keuangan tradisional, yang diwajibkan oleh regulasi kehati-hatian untuk memiliki buffer perlindungan untuk menghadapi guncangan apa pun. Regulator keuangan juga berupaya memastikan desain yang tepat dari kebijakan keamanan TI lembaga keuangan: peningkatan keterampilan dan kesadaran di kalangan staf, partisipasi dalam latihan krisis secara rutin, perlindungan yang ditingkatkan terhadap sistem internal melalui kontrol akses yang ketat, enkripsi data yang lebih luas, dan pengenalan alat deteksi intrusi bersamaan dengan pengujian periodik efektivitasnya.

Namun, fintech, dengan model bisnis berbasis internet mereka, terutama terpapar risiko kejahatan siber. Mengingat ukuran dan jejak keuangan mereka yang kecil, kejadian risiko semacam itu menimbulkan ancaman yang jelas terhadap kelangsungan bisnis mereka yang jauh lebih besar daripada entitas yang lebih tradisional dan dapat mempengaruhi entitas tersebut saat mereka bekerja sama dengan fintech. Fintech harus sepenuhnya mengintegrasikan risiko kejahatan siber ini dan menyusun kebijakan keamanan TI sesuai dengan praktik terbaik di pasar. Mengatur risiko-risiko ini akan melibatkan kerja sama efektif antara otoritas yang berwenang tidak hanya di Prancis, yaitu Banque de France, Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (otoritas pengawas dan penyelesaian prudensial Prancis - ACPR), dan Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (badan keamanan sistem informasi nasional - ANSSI), tetapi juga di tingkat internasional.

c. Pencucian Uang dan Pembiayaan Terorisme

Para pemain baru dalam era digital ini juga harus sepenuhnya tunduk pada peraturan anti pencucian uang dan pencegahan pembiayaan terorisme (AML/CFT). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan ini perlu memastikan bahwa sistem AML/CFT mereka sesuai dengan bisnis dan basis pelanggan mereka, tetapi juga dengan cara mereka memulai hubungan bisnis dengan klien mereka - umumnya melalui prosedur non tatap muka - untuk melindungi diri dari penggunaan solusi inovatif mereka yang tidak pantas atau penipuan.

Perintah tanggal 30 Mei 2014 juga memungkinkan perantara crowdfunding untuk meningkatkan analisis mereka terhadap risiko kredit dengan memberikan akses yang luas kepada informasi keuangan. Secara khusus, perintah tersebut memberi wewenang kepada mereka untuk berkonsultasi dengan database perusahaan Banque de France (FIBEN), yang merupakan alat kunci untuk menganalisis dan memantau risiko kredit. Inisiatif ini merupakan bagian dari upaya untuk mempromosikan kehandalan dan pembangunan berkelanjutan saluran pembiayaan baru ini, sambil mengatasi isu-isu stabilitas keuangan.

d. Risiko Kredit: untuk pengembangan crowdfunding yang terbantu

Isu stabilitas keuangan terkait dengan perantara crowdfunding tampak terbatas untuk saat ini mengingat jumlah yang terkumpul. Saluran perbankan akan terus memainkan peran penting sebagai sumber pembiayaan utama bagi usaha kecil, menengah, dan menengah ke atas. Namun, mungkin terjadi pertumbuhan yang lebih dinamis yang akan mendorong pengembangan platform besar yang berpotensi menarik jumlah yang jauh lebih besar. Regulator harus memastikan bahwa pengembangan saluran pembiayaan baru tidak merusak stabilitas keuangan atau perlindungan yang sah bagi investor individu.

Misalnya, crowdfunding dapat membawa risiko terkait tidak hanya dengan penilaian kualitas proyek dan entitas yang dibiayai, tetapi juga dengan keamanan dan keberlanjutan platform tempat dana ditransfer. Di Prancis, Perintah 2014 559 tanggal 30 Mei 2014 tentang crowdfunding menyatakan bahwa platform-platform harus memberikan kepada pengguna Internet semua informasi yang diperlukan untuk menilai investasi mereka. Di atas ukuran tertentu, atau dalam kasus aktivitas lintas batas, standar Eropa yang seragam diperlukan yang melampaui regulasi yang ada saat ini.

e. Perkembangan Perbankan Digital di Indonesia

Perbankan pada umumnya merupakan kegiatan bisnis yang meliputi jual beli mata uang, surat berharga, dan instrumen perdagangan lainnya. Sementara itu, definisi yuridis perbankan terdapat dalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (Undang-Undang Perbankan Indonesia), yang menyebutkan "Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, termasuk lembaga, kegiatan usaha, serta metode dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya". Sementara itu, hukum yang mengatur perbankan disebut hukum perbankan, yaitu ketentuan hukum positif yang berlaku saat ini, dan mengatur perbankan sebagai sebuah lembaga, serta aspek-aspek kegiatan perbankan, perilaku pejabatnya, hak, kewajiban, tugas, dan tanggung jawab pihak-pihak yang terlibat dalam usaha perbankan. Selain itu, ketentuan-ketentuan tersebut juga mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh bank, keberadaan perbankan, dan hal-hal lain yang terkait dengan dunia perbankan.

Bank merupakan institusi yang dipercayai oleh masyarakat untuk menyimpan uang dan memberikan wewenang kepada bank untuk mengawasi dana mereka. Bank secara operasional dibagi menjadi 2 (dua), yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank melakukan kegiatan secara konvensional dan berdasarkan prosedur atau ketentuan yang telah ditetapkan. Seperti yang kita ketahui, perbankan adalah salah satu sektor yang dapat membantu meningkatkan ekonomi Indonesia. Pertumbuhan perbankan di Indonesia meningkat seiring dengan sumber pendapatan yang diperoleh oleh bank itu sendiri. Sumber pendapatan bank dapat berupa marjin dari bunga bank, pendapatan berbasis biaya, dan lainnya (Susilawaty & Nicola, 2020).

Kebutuhan konsumen yang sangat berkembang mendorong banyak pelaku bisnis, seperti lembaga perbankan, untuk berpartisipasi dalam mengembangkan teknologi dan beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Perkembangan teknologi ini memiliki dampak yang sangat positif bagi pelaku bisnis ini, salah satunya adalah mengurangi biaya operasional, meningkatkan paparan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pemasaran. Perkembangan teknologi saat ini mampu membawa inovasi ke dunia perbankan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi dan efektivitas kinerja perbankan. Bank dapat dengan mudah menghimpun dana masyarakat dengan menyediakan layanan dalam bentuk penghimpunan dana atau penyalurannya kembali ke masyarakat, ini sejalan dengan definisi bank pada umumnya, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa, terutama yang terkait dengan keuangan (Disemadi & Prananingtyas, 2019).

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong industri perbankan untuk lebih meningkatkan layanan melalui perbankan digital (Gaib, 2020). Hal ini dimaksudkan agar bank dapat memaksimalkan layanan kepada pelanggan dan meningkatkan kualitas operasional mereka. Dengan demikian, diharapkan bank dapat mengembangkan perbankan digital dengan baik melalui adanya bank digital. Konsep bank digital ini dirancang agar pelanggan dapat melakukan transaksi secara mandiri dan melakukan tindakan terkait perbankan, seperti membuka rekening secara online, mendapatkan informasi secara online/digital, melakukan transaksi (transfer uang), menutup rekening, dan segala jenis kebutuhan lain dari pelanggan (Vebiana, 2018).

Memasuki era digital ini, industri perbankan semakin mengembangkan teknologi perbankan digital. Salah satu alasan perkembangan ini adalah untuk menarik pelanggan potensial baru, terutama mereka yang mahir dalam teknologi digital (Mutiasari, 2020). Mahir dalam teknologi digital mencakup orang dan/atau generasi yang memahami dan dapat beradaptasi dalam bidang digital, yang dalam hal ini dapat berupa generasi milenial, generasi Z, dan semua orang yang mampu beradaptasi dengan digitalisasi. Lebih dari 70% (tujuh puluh persen) populasi Indonesia berada dalam rentang usia produktif (15 hingga 64 tahun), yang berarti demografi didominasi oleh mereka yang mahir dalam teknologi

digital, yaitu Generasi Z, Generasi Milenial, dan Generasi X yang merupakan segmen konsumen paling prospektif. Dengan demikian, kelompok ini menjadi target audiens baru dan pangsa pasar bagi industri perbankan.

Tuntutan digitalisasi dalam industri perbankan diperkuat oleh berbagai faktor seperti peluang digital, perilaku digital, dan transaksi digital. Situasi ini muncul karena ekonomi Indonesia memiliki potensi besar untuk menyerap arus digitalisasi. Perkembangan teknologi di sektor perbankan dapat dilihat dari produksi berbagai bentuk layanan perbankan atau saluran pengiriman.

Terdapat banyak produk layanan perbankan digital yang dikelola dan diperkenalkan oleh bank-bank sesuai dengan data di atas. Hal ini menunjukkan adanya digitalisasi di Indonesia. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa perkembangan perbankan digital mengalami pertumbuhan dari segi jumlah pengguna. Pertumbuhan pengguna dapat dilihat dari komposisi pengguna layanan perbankan digital untuk beberapa saluran pengiriman di salah satu bank di Indonesia, yaitu Bank Negara Indonesia (BNI).

Data yang disajikan dalam Tabel 3 menunjukkan peningkatan jumlah pengguna layanan Perbankan Digital di BNI dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan adanya progresivitas di pihak pengguna dalam ekosistem layanan perbankan digital. Selain data ini, berdasarkan survei McKinsey tentang Layanan Keuangan Personal baru pada tahun 2021, sekitar 78% (tujuh puluh delapan persen) pelanggan Indonesia saat ini aktif menggunakan layanan perbankan digital (setidaknya sekali sebulan melalui saluran online atau seluler)—meningkat dari 57% (lima puluh tujuh persen) pada tahun 2017. Masyarakat Indonesia siap mengurangi pengeluaran tunai karena mereka semakin mengandalkan instrumen pembayaran digital. Pada tahun 2021, 55% (lima puluh lima persen) responden survei mengatakan bahwa mereka menggunakan uang tunai kurang dari 30% (tiga puluh persen) dari pengeluaran mingguan mereka, dan 80% (delapan puluh persen) responden survei Indonesia melaporkan bahwa mereka berharap untuk tetap menggunakan atau meningkatkan penggunaan perbankan seluler dan perbankan online di luar kondisi pandemi (McKinsey & Company, 2021). Selain itu, pengguna perbankan seluler di Indonesia meningkat sebesar 37% (tiga puluh tujuh persen) selama pandemi, dari 57,9 juta pengguna pada Januari 2020 menjadi 79,4 juta pengguna pada Januari 2021 (Telkomsel Interprise, 2021).

f. Perlindungan Konsumen Data Pribadi dan Risiko Kebocoran Data

Kepercayaan merupakan dasar dan fondasi utama dalam industri perbankan. Untuk menjaga dan memeliharanya, selain fungsi perbankan yang sehat, aspek penting lainnya adalah perlindungan hukum terhadap data pribadi. Data pribadi pelanggan penting karena pengguna online tidak akan melakukan transaksi digital jika merasa keamanan data pribadinya terancam. Salah satu perlindungan terhadap data pribadi terkait adalah bagaimana data pelanggan akan diperlakukan, termasuk data sensitif dari pelanggan atau pertukaran data dengan pihak yang tidak bertanggung jawab yang dapat menyebabkan kerugian keuangan bagi pelanggan bank. Pasal 24 huruf (e) POJK No.12/POJK.03/2021 menyatakan bahwa operasional bank digital wajib melindungi keamanan data pelanggan. Indonesia belum memiliki peraturan atau undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, sehingga dapat dikatakan ada kekosongan hukum. Namun, diketahui bahwa Indonesia sedang berupaya untuk memproses penyusunan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP). Kekurangan regulasi ini membawa ancaman terhadap privasi dan pengelolaan data pribadi, seperti kebocoran data. Tentu saja, hal ini akan mengakibatkan hal-hal fatal dan merusak jika regulasi belum ada. Sepanjang tahun 2020 di Indonesia, terjadi serangkaian kasus yang terkait dengan kebocoran data dan akses ilegal terhadap data, dengan pihak-pihak yang mengalaminya cukup beragam, mulai dari perusahaan platform e-commerce hingga lembaga pemerintah.

Kasus kebocoran data dapat terjadi di berbagai industri, termasuk perbankan digital. Oleh karena itu, pemerintah dan pihak lain harus menyadari masalah ini. Selain itu, regulasi mengenai perlindungan data pribadi harus segera ada di Indonesia. Dilaporkan dari Jakarta Post, Pratama Persadha, Kepala Pusat Penelitian Keamanan Sistem Komunikasi dan Informasi (CISSReC), menyatakan bahwa bank digital harus meningkatkan kewaspadaan dan menerapkan sistem mitigasi yang memadai untuk melindungi pelanggan dari kejahatan online. Pengesahan RUU Perlindungan Data Pribadi Indonesia, lanjutnya, tetap penting untuk memastikan perlindungan data konsumen karena hal itu akan memungkinkan konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban institusi keuangan sebagai penyelenggara sistem transaksi digital (Karyza, 2021).

KESIMPULAN

Perkembangan perbankan digital di Indonesia telah memberikan peluang besar dan tantangan yang signifikan dalam hal hukum, perlindungan konsumen, dan keamanan. Meskipun keberadaan kantor cabang tetaplah penting, transformasi bank digital dan munculnya bank digital fintech telah mengubah lanskap industri perbankan. Nasabah memiliki harapan tinggi terhadap perbankan digital, termasuk keamanan data pribadi dan perlindungan yang memadai. Namun, tantangan hukum dalam perlindungan konsumen, terutama terkait dengan perlindungan data pribadi dan risiko kebocoran data, perlu ditangani secara serius melalui regulasi yang jelas dan komprehensif.

Dalam menjalankan operasionalnya, bank digital perlu mengutamakan prinsip kehati-hatian dan keberlanjutan bisnis. Kemampuan inovasi dan keamanan bisnis menjadi faktor kunci dalam pengembangan layanan perbankan digital. Meskipun digital banking memiliki kelebihan dalam layanan pembayaran, pembiayaan, dan investasi, terdapat juga kekurangan terkait dengan keamanan transaksi, kejahatan siber, pencucian uang, pembiayaan terorisme, dan risiko kredit. Perlindungan konsumen data pribadi dan risiko kebocoran data menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian serius dalam pengembangan perbankan digital di Indonesia. Kebijakan yang memprioritaskan perlindungan data pribadi dan pengelolaan risiko dengan baik harus diterapkan secara efektif.

Dengan mengatasi tantangan ini melalui regulasi yang memadai, pengembangan inovatif yang terkendali, dan perlindungan data yang kuat, perbankan digital di Indonesia dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Hal ini akan membawa manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dengan menyediakan layanan yang inovatif dan meningkatkan inklusi keuangan.

Kesimpulannya, perbankan digital telah menjadi bagian integral dari ekosistem keuangan di Indonesia. Dalam menghadapi tantangan hukum, perlindungan konsumen, dan keamanan, regulasi yang komprehensif, perlindungan data pribadi yang kuat, dan inovasi yang terkendali akan menjadi kunci keberhasilan dalam mewujudkan potensi penuh perbankan digital. Dengan demikian, perbankan digital dapat terus berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat yang lebih luas, dan mendorong inklusi keuangan yang lebih baik di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, P., Samadani, M., & Sarrazin, H. (2014). What every executive needs to know about design. mckinsey.com.
- Bossert, O., Ip, C., & Laartz, J. (2014). A two-speed IT architecture for the digital enterprise. mckinsey.com.
- CORE (FR) is the French retail payment system. It is developed and managed by STET, a company owned by France's five largest banks, namely BNP Paribas, BPCE, Crédit Agricole, Banque Fédérative du Crédit Mutuel and Société Générale.
- CORE (FR) is the French retail payment system. It is developed and managed by STET, a company owned by France's five largest banks, namely BNP Paribas, BPCE, Crédit Agricole, Banque Fédérative du Crédit Mutuel, and Société Générale.
- Cuesta, M. R. C. (2015). The digital transformation of the banking industry. Digital Economy,

- Emily. (2017). Effects of digital banking strategy on financial inclusion among commercial banks in Kenya. ResearchGate, 1-64.
- Financial Stability In The Digital Era Financial Stability Review April 2016.
- GDS Modellica. (2020, September 14). 10 Key Benefits of Digital Banking for Users. Retrieved March 16, 2021, from .gdsmodellica: <https://www.gdsmodellica.com/10-key-benefits-of-digital-banking-for-users/>
- Jenik, I., & Lauer, K. (2017). Regulatory Sandboxes.
- Loh, H.-S. C. (2020, May). Physical Frictions and Digital Banking Adoption.
- North, R. (2018, November 6). THE ROLE OF DIGITAL BANKING IN INDIA - IMPORTANCE OF DIGITAL BANKING IN INDIA. Retrieved from Enterprise Edges: <https://www.enterpriseedges.com/role-of-digital-banking-india>
- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. ScienceDirect, 329-340.
- Son, Y., & Eom, H. (2016). Impact of Customers' Digital Banking Adoption on Hidden. Journal of Operations Management, 1-47.
- The second Electronic Money Directive (2009/110/EC) created a specific legal regime for electronic money institutions in 2009.
- Thoene, U., & Trejos-Herrera, A. T.-H. (2017). Financial inclusion in Colombia: A scoping literature review. Intangible Capital, 582-614.
- Vong, J., & Poon, M. (2016). Digital Banking for Alleviating Rural Poverty. Managing the Asian Century, 3-18.