**Efektivitas Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Layanan Digital Saving Pada Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai**

**Lesty Rahmadani1, Zul Azmi2**

|  |  |
| --- | --- |
| Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau1Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau2e-mail : lestyrahmadani25@gmail.com1 | Penulis Korespondensi. Lesty Rahmadanie-mail : lestyrahmadani25@gmail.com |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ARTIKEL INFO** |  | **ABSTRAK** |
| ***Artikel History:***Menerima 02 Mei 2022Revisi 05 Juni 2022Diterima 04 Juli 2022Tersedia Online 18 September 2022 |  | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pembukaan rekening, hambatan yang dialami, mekanisme pembukaan rekening, serta kelebihan yang didapatkan nasabah jika menggunakan layanan *digital saving*. Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Kas Chevron Rumbai. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah NVivo 12. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah efektif, (2) Hambatan yang biasanya terjadi saat menggunakan layanan *digital saving* dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal, (3) Mekanisme pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan, (4) Nasabah yang menggunakan layanan *digital saving* saat membuka rekening akan mendapatkan kelebihan yaitu terdaftarnya nasabah secara otomatis sebagai pengguna BRI *Mobile Banking* (BRIMo). (5) Bank BRI KK Chevron Rumbai telah berhasil mengimplementasikan *Electronic Service Quality (E-Service Quality)*. |
| ***Kata kunci :****Digital Saving*, Efektif, *E-Service Quality, BRIMo* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ARTICLE INFO** |  | **ABSTRACT** |
| ***Artikel History*:**Recived 02 May 2022Revision 05 June 2022Accepted 04 July 2022Avalilable Online 18 September 2022 |  | *This study aims to find out how effective account opening is, the obstacles experienced, the mechanism for opening an account, and the advantages that customers get when using digital saving services. The location of the research was conducted at the Chevron Rumbai Cash Office. This kind of research uses a descriptive methodology and is qualitative. Primary data and secondary data were the sources of the data used in this study. The data analysis tool used in this study is NVivo 12. The results of this study are (1) Account opening through digital saving services at BRI Chevron Cash Office has been effective, (2) The obstacles that usually occur when using digital saving service can come from internal and external factors, ( 3) The mechanism for opening an account through digital saving services at BRI's Chevron Cash Office is considered to be in accordance with the established procedures determined by the company, (4) Customers who use digital saving services when opening an account will get the advantage that customers are automatically registered as BRI Mobile Banking (BRIMo) users, BRI Bank KK Chevron Rumbai has successfully implemented Electronic Service Quality (E-Service Quality)*. |
| ***Keywords :****Digital Saving, Effective, E-Service Quality, BRIMo* |
|  |  | © 2022 SIMTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen  |

# PENDAHULUAN

Pada 7 Juli 2020, Bank BRI meluncurkan layanan *digital* *saving*, yaitu layanan pembukaan rekening secara *online* melalui *platform* “BRI Buka Rekening” yang dapat diakses melalui *website* bukarekening.bri.co.id. Layanan ini hadir di tengah pandemi *Covid*-19 yang saat itu membatasi segala aktivitas masyarakat di luar rumah. Hal ini didukung juga dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan di era digital, tidak terkecuali pada sektor keuangan. Dilansir dari laporan *Digital 2021: The Latest Insights into The State of Digital* yang dilakukan oleh agensi marketing *We Are Social* dan platform manajemen media sosial *Hootsuit* yang dipublikasikan pada Januari 2021, mengungkapkan bahwa total pengguna internet mencapai 202,6 juta jiwa dari total penduduk 274,9 juta jiwa atau 73,7% penduduk Indonesia menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Terjadi peningkatan dibandingkan dengan data pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020 dengan persentase sebesar 15,5% atau sebanyak 27 juta jiwa dari total penduduk sebanyak 272,1 juta jiwa.

Melihat perkembangan tersebut sebagai peluang, berbagai bank gencar meluncurkan produk digital masing-masing, baik itu berupa aplikasi *mobile banking* maupun berupa *website e-banking*. *E-banking* meningkat seiring dengan layanan internet banking yang mudah diakses melalui komputer atau ponsel nasabah/calon nasabah. Salah satu bank yang meluncurkan inovasi *e-banking* adalah Bank BRI melalui layanan *digital saving*. Dengan adanya layanan *digital saving*,masyarakat yang dibatasi oleh kesibukannya mungkin akan lebih mudah menggunakan *digital saving* karena dapat diakses kapan saja, di mana saja hanya dengan koneksi internet dan aplikasi *mobile banking*. *Digital saving* mengutamakan aspek kecepatan, kemudahan, kenyamanan, serta keamanan yang didukung dengan teknologi tinggi, validitas data, perlindungan terhadap pemalsuan serta terjaminnya data pribadi nasabah karena disimpan menggunakan dukungan komputer.

*Digital saving* ini memungkinkan nasabah untuk dapat melakukan pembukaan rekening dengan teknologi *Face Recognition* (Pengenalan Wajah) dan *Digital Signature* (Tanda Tangan Digital) sehingga tidak perlu datang ke kantor bank untuk bertatap muka dengan petugas. Bila sebelumnya pembukaan rekening tanpa tatap muka hanya dapat dinikmati oleh nasabah eksisting BRI, kali ini untuk calon nasabah baru pun dapat membuka rekening digital tanpa datang ke bank. BRI akan terus memberikan kemudahan layanan perbankan kepada masyarakat, khsusunya nasabah BRI. *Digital saving* BRI menjadi salah satu solusi pelayanan menabung yang lebih cepat, mudah, dan aman (Katadata, 2020).

Nasabah mendapat manfaat dari berbagai kemudahan dan keuntungan. Nasabah langsung terdaftar sebagai nasabah BRI *Mobile Banking* (BRIMo) selain mempunyai rekening tabungan. Akun yang baru dibuat dapat langsung digunakan untuk transaksi *online*. Namun hingga saat ini layanan *digital saving* di Indonesia belum berkembang pesat. Dilansir dari Daily Social, terdapat beberapa kendala seperti: (i) kesiapan dan investasi yang mahal dengan penggunaan teknologi yang canggih, (ii) kepercayaan masyarakat terhadap keamanan internet *banking*, (iii) promosi internet *banking* yang masih terbatas pada segmen masyarakat tertentu, dan (iv) segmen pasar yang terbatas pada pengguna internet kelas menengah ke atas dan terpelajar, serta generasi milenial dan Z.

Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai merupakan salah satu unit BRI yang turut memberikan layanan *digital saving* kepada nasabahnya. Meskipun layanan *digital saving* diluncurkan sejak 7 Juli 2020, namun di Bank BRI KK Chevron Rumbai baru gencar mempromosikan layanan *digital saving* pada awal tahun 2022. Hal ini dikarenakan pada saat awal peluncuran layanan *digital saving*, diperlukannya pembekalan menyeluruh kepada seluruh pegawai Bank BRI dan pembaharuan sistem serta fitur-fitur pendukung yang terus dilakukan agar dapat digunakan nasabah secara mudah, aman, dan cepat sehingga dapat memberikan kenyaman kepada nasabah saat menggunakannya. Berikut adalah jumlah nasabah yang menggunakan layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai selama periode Januari hingga Juli 2022.

**Tabel 1**

**Data Perkembangan Jumlah Nasabah *Digital Saving* pada BRI KK Chevron Rumbai Periode Januari – Juli 2022**

|  |  |
| --- | --- |
| Periode | Jumlah Nasabah |
| Januari  | 5 |
| Februari | 8 |
| Maret | 12 |
| April | 18 |
| Mei | 20 |
| Juni | 22 |
| Juli  | 28 |
| **TOTAL** | 113 |

Sumber : Bank BRI KK Chevron Rumbai (2022)

Meski masih dianggap sebagai fitur yang baru saja dirilis oleh BRI pada 7 Juli 2020, namun dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang menggunakan layanan tabungan digital di Bank BRI KK Chevron Rumbai terus mengalami peningkatan yang cukup besar. Pada awal tahun 2022 dimulai bulan Januari hingga Juli dilihat daritabel diatas bahwa total pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* terhitung 113 nasabahyang mendaftar. Kenaikan yang signifikan ini terjadi karena semakin banyak nasabah yang mengetahui layanan *digital saving*. Karena itu, diharapkan *digital saving* akan terus menjadi terobosan dalam layanan nasabah. Dengan membuka rekening secara *online*, calon nasabah mungkin dapat memotivasi orang lain untuk membuka rekening tabungan sendiri dan memudahkan mereka untuk melakukannya.

Penelitian ini pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurmaliki dan Mirza, (2021) yang memperoleh hasil bahwa *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat), *Attitude* (Sikap), dan *Trust* (Kepercayaan) mempengaruhi niat menggunakan layanan *Digital Saving*, sedangkan variabel *Perceived Easy of Use* (Persepsi Kemudahan), *Perceived Behavior Control* (Persepsi Kontrol Perilaku), dan *Social Influence* tidak mempengaruhi signifikan layanan *Digital Saving*. Namun, niat untuk menggunakan layanan *Digital Saving* dapat sangat mempengaruhi penggunaan layanan *Digital Saving*. Serta penelitian yang dilakukan oleh Aeni dan Mirza, (2021), memperoleh hasil kualitas pelayanan dan pengetahuan pribadi berpengaruh positif terhadap minat menabung digital sedangkan motivasi dan kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menabung digital BTPN *Jenius*. Motivasi dan kepercayaan akan menghambat timbulnya minat nasabah untuk menabung secara digital. Sebaliknya, kualitas layanan dan pengetahuan pribadi justru akan mendukung positif minat menabung secara digital. Sementara itu, Rani (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa efektivitas dan promosi pembukaan rekening online berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Rachmadhania *et al.,* (2017) juga mengungkapkan hal yang serupa, bahwa efektivitas iklan online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung. Wildan (2019) juga mengungkapkan bahwa efektivitas *Fintech* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech.* Peneliti mengambil topik efektivitas pembukaan rekening dikarenakan topik tersebut jarang diteliti. Dan berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti memandang perlu untuk mengadakan penelitian dengan judul “Efektivitas Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Layanan *Digital Saving* BRI (Studi Kasus pada BRI Kantor Kas Chevron Rumbai)”.

Berdasarkan uraian pendahuluan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana efektivitas pembukaan rekening secara *online* melalui layanan *digital saving* milik Bank BRI?
2. Apa hambatan yang dialami Bank BRI KK Chevron Rumbai pada implementasi layanan *digital saving* dalam meningkatkan efektivitas *digital saving*?
3. Bagaimana mekanisme pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai?
4. Apa kelebihan yang didapatkan nasabah jika membuka rekening melalui layanan *digital saving* milik Bank BRI?
5. Bagaimana implementasi *Electronic Service Quality (E-Service Quality)* pada efektivitas *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai?

# STUDI LITERATUR

**Efektivitas**

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Menurut Mulyasa (2002) dalam buku Manajemen Berbasis Sekolah, efektivitas adalah bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional. Dimana efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melakukan tugas dengan sasaran atau hasil yang ingin dituju. Efektivitas berkaitan erat dengan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan dengan rencana yang telah disusun sebelumnya, atau perbandngan hasil nyata dengan hasil yang direncanakan. Menurut Sa’diyah & Marlena (2018), efektivitas dapat diukur berdasarkan 5 hal, yaitu sebagai berikut.

1. Pemahaman program, dilihat dari sejauh mana masyarakat dapat mengetahui atas program tersebut serta kemampuan masyarakat melakukan program tersebut.
2. Tepat sasaran, dilihat dari sejauh mana lembaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang ingin dicapai.
3. Tepat waktu, berkaitan dengan apakah layanan dapat menjadi lebih cepat dan efisien.
4. Pencapaian tujuan, yaitu keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan.
5. Perubahan nyata, dilihat jika suatu program dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut.

***E-Banking***

*E-banking* adalah penyampaian produk dan layanan bank secara otomatis kepada nasabah melalui media elektronik saluran komunikasi interaktif, (Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP) dalam buku Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (2014)). *E-banking* juga dapat didefinisikan sebagai teknologi dunia maya yang diciptakan oleh industri perbankan untuk meningkatkan layanan pelanggan. Nasabah bank baik individu maupun bisnis dapat mengakses rekening melalui teknologi yang disebut *e-banking*. Dengan menggunakan jaringan publik atau pribadi untuk melakukan transaksi bisnis atau untuk mempelajari lebih lanjut tentang barang dan jasa bank. Nasabah dapat menggunakan *internet*, komputer atau PC, PDA atau *smartphone*, ATM, atau telepon untuk mengakses *e-banking*. Selain membuat transaksi lebih nyaman saat digunakan, *e-banking* juga memudahkan nasabah untuk melihat riwayat transaksinya dan memungkinkan mereka untuk menyimpan dan mencetaknya sebagai bukti transaksi. Keunggulan internet banking terletak pada tampilan menu yang jelas dan informasi di layar ponsel.

***Digital Saving***

*Link* BRI Bukarekening.bri.co.id memungkinkan nasabah untuk mendaftar secara mandiri Layanan *digital saving*, yaitu layanan/aktivitas perbankan yang memungkinkan nasabah membuka rekening tabungan secara *online* tanpa harus mengunjungi kantor cabang Bank BRI. Virus Covid-19 yang memaksa masyarakat untuk meminimalkan aktivitas di luar rumah dan meningkatkan aktivitas *online*, inilah yang menyebabkan diluncurkannya layanan fitur *digital saving* ini. Dengan demikian, Bank BRI menawarkan kepada calon nasabah yang ingin membuka layanan rekening secara *online* berupa digital saving dari Bank BRI. Ada 4 langkah untuk membuka rekening *digital saving* baru, antara lain:

1. Mempersiapkan Dokumen

Nasabah memulai dengan menyiapkan KTP, NPWP (opsional), dan Data Pribadi.

1. Kedua, Verifikasi Diri

Untuk memverifikasi diri, nasabah diminta untuk membuat video.

1. Setoran Awal

Ketiga, setelah nasabah selesai memasukkan informasi pribadi, nasabah diminta untuk melakukan setoran awal agar rekening milik nasabah dapat aktif.

1. Buat Rekening BRIMo

Nasabah selanjutnya akan diinstruksikan untuk membuka *Mobile Banking* (BRIMo) agar dapat memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan oleh Bank BRI.

***Electronic Service Quality (E-Service Quality)***

Menurut Santos (2003) dalam Al-dweeri *et al.,* (2019), *E-service quality* didefinisikan sebagai penilaian yang memiliki keunggulan dan kualitas layanan elektronik yang ditawarkan di pasar virtual. *E-Service quality* adalah cara paling sederhana untuk menentukan kualitas layanan elektronik. Layanan yang berpusat pada pelanggan, layanan bernilai tambah, dan tiga tingkat layanan mendasar adalah tiga komponen kualitas layanan elektronik. Informasi, sistem pendukung, transfer layanan, dan pertukaran informasi semuanya disediakan oleh layanan elektronik itu sendiri. Parasuraman *et al.,* (2005) dalam Amel (2020) mengembangkan empat dimensi dari *e- service quality* yaitu sebagai berikut.

1. *Efficiency* (efisiensi): mengacu pada seberapa cepat dan mudah sebuah situs dapat diakses.
2. *Fulfillment* (penyelesaian): Semua jenis transaksi yang telah dilakukan dan dapat diselesaikan dengan berhasil.
3. *System Availability* (ketersediaan sistem): mengacu pada semua komponen teknis yang tersedia dan berfungsi.
4. *Privacy* (rahasia pribadi): merupakan kemampuan untuk menjamin dan menawarkan keamanan terhadap data individu dan pribadi.

# METODE PENELITIAN

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2016:9). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software* NVivo 12 sebagai alat analisis data, dimana *software* ini telah diakui secara internasional untuk melakukan penelitian kualitatif. Untuk mendukung meningkatkan validitas riset kualitatif, *qualitative data analysis software* (QDAS) seperti NVivo oleh Siccama dan Penna (2008) dalam Azmi *et al.,* (2018), menunjukkan keandalannya dalam pengkodean data dan validitas data. Dalam NVivo, peneliti menggunakan *tools* *words frequency*. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2017:62), sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data. Jenis data ini diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian yaitu Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai. Selain itu peneliti melakukan wawancara dengan nasabah yang menggunakan layanan *digital saving* serta pegawai terkait yaitu *Customer Service* dan *Supervisor* untuk memperoleh data yang lebih dalam. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan menunjang penelitian ini (Sugiyono, 2017:137). Data sekunder diambil dari *website* resmi perusahaan, buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya. Diantaranya data tentang profil perusahaan, dan lain-lain. Sementara teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut.

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan guna bertujuan untuk penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan nasabah yang menggunakan layanan *digital saving* Bank BRI serta pegawai bagian *Customer Service* dan *Supervisor* Bank BRI KK Chevron Rumbai untuk mengetahui lebih dalam mengenai masalah yang diteliti.

1. Terjun Langsung

Metode ini disebut juga dengan penelitian langsung, karna obyek akan diteliti telah berhadapan langsung secara tatap muka dengan peneliti.

1. Pengamatan (Observasi)

Merupakan pengamatan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis, pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipasi ataupun nonpartisipasi). Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung dengan terlibat aktivitas atau kegiatan kerja di Bank BRI KK Chevron Rumbai melalui kegiatan magang.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mendapatkan subyek penelitian dengan menggunakan teknik *purposive,* yakni peneliti mencari sumber yang dianggap tepat dan mampu menyediakan data yang dibutuhkan. Berikut ini adalah subyek yang akan dijadikan oleh peneliti sebagai informan.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Informan | Keterangan |
| 1 | ED | *Supervisor* |
| 2 | RM | *Customer Service* |
| 3 | Saudara AK | Nasabah KK Chevron |
| 4 | Saudari RG | Nasabah KK Chevron |
| 5 | Saudari PM | Nasabah KK Chevron |

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pencarian dengan menggunakan fitur *Word Frequency* dari berbagai sumber data yang diimpor, seperti jurnal referensi, rekaman suara, *website* resmi perusahaan, dan sumber lainnya. *Word Frequency* adalah kata-kata yang paling sering muncul dalam data penelitian. Dengan alat analisis ini, kata-kata yang memiliki makna yang sama dapat dikategorikan dalam kelompok yang sama. Dari data tersebut diketahui bahwa kata yang paling dominan adalah digital, nasabah, layanan, untuk, dan *saving*. Berikut gambar *Word Cloud* dari 1000 kata terdominan yang digunakan dalam sumber data penelitian ini.



**Gambar 1**

**Word Frequency Query**

**Bagaimana efektivitas pembukaan rekening secara *online* melalui layanan *digital saving* milik Bank BRI?**

Untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak Bank BRI khususnya di KK Chevron Rumbai. Melalui hasil wawancara dengan pihak *Supervisor* dan *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai, diketahui bahwa pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* dinilai sudah efektif. Hal ini diungkapkan oleh Informan ED selaku *Supervisor* di Bank BRI KK Chevron Rumbai bahwa: “Sangat efektif ya, karena *digital saving* dapat diakses kapan saja dan dimana saja sehingga dapat mengurangi antrian disini. Dan waktu pelayanan terhadap nasabah yang benar-benar harus bertransaksi ke kantor BRI bisa lebih efektif dan efisien.”

Sejalan dengan pendapat tersebut, Informan RM selaku *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai juga mengungkapkan hal yang serupa: “Pembukaan rekening secara online itu pastinya lebih hemat waktu, dan mengurangi antrian ke *Customer Service*. Jadi kerja CS juga bisa lebih cepat karna hanya tinggal menerbitkan kartu dan bukunya saja.”

Dari hasil wawancara kedua narasumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* sangat efektif. Selain mengurangi antrian ke CS, juga mempersingkat waktu pelayanan CS karena saat nasabah berhadapan dengan CS, nasabah tinggal menunggu untuk menerbitkan kartu ATM dan juga buku tabungan. Namun apabila nasabah merasa tidak masalah jika tidak mempunyai kartu ATM ataupun buku tabungan, nasabah tidak perlu ikut mengantri. Karena fungsi kartu ATM dan buku tabungan dapat diganti menggunakan *Mobile Banking* milik BRI yakni BRIMo.

Sementara itu, mengenai langkah-langkah yang dilakukan Bank BRI KK Chevron Rumbai dalam meningkatkan efektivitas pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* terangkum dalam gambar berikut ini.

**Gambar 2**

**Langkah-Langkah Meningkatkan Efektivitas Pembukaan Rekening melalui Layanan *Digital Saving***

**Apa hambatan yang dialami Bank BRI KK Chevron Rumbai pada implementasi layanan *digital saving* dalam meningkatkan efektivitas *digital saving*?**

Dalam pengimplementasian layanan *digital saving*, terdapat beberapa hambatan yang terjadi. Seperti yang diungkapkan oleh Informan ED selaku *Supervisor* di Bank BRI KK Chevron Rumbai bahwa: “Karena lingkungan di BRI Kantor Kas Chevron ini sendiri bisa dibilang daerah yang mendekati pinggiran kota ya, jadi ada beberapa nasabah yang masih kurang *update* tentang teknologi atau tidak mempunyai *smartphone*, sehingga agak sulit untuk memasarkan *digital saving*-nya. Namun karena disini juga merupakan lingkungan kampus, jadi untuk mahasiswa-mahasiswa dan anak-anak muda serta kaum milenial sudah kami sarankan untuk membuka rekening dengan *digital saving* ini.”

Hambatan atau kendala juga dirasakan oleh nasabah saat sedang melakukan pembukaan rekening melalui layanan *digital saving*. Melalui wawancara yang peneliti lakukan pada beberapa nasabah yang menggunakan layanan *digital saving*, diketahui kendala yang dirasakan berbeda-beda. Seperti yang diungkapkan oleh Saudara AK (nama disamarkan demi kenyamanan nasabah) selaku nasabah di Bank BRI KK Chevron Rumbai bahwa: “Selama proses yang saya lalui tadi, kendala yang saya rasakan itu ketika perekaman video. Karna saat rekam video itu ada baca kalimat gitu dan durasinya juga lumayan pendek ya hanya 8 detik, jadi belum selesai saya ucapkan kalimatnya, videonya sudah selesai. Jadi harus ulang lagi beberapa kali. Dan harus latihan dulu sebelum direkam.”

Saudari RG (nama disamarkan demi kenyamanan nasabah) selaku nasabah di Bank BRI KK Chevron Rumbai justru mengungkapkan kendala yang berbeda. Seperti yang diungkapkan bahwa: “Bagi saya kendala yang saya alami itu, saat nunggu sms kode OTP. Saya gak tahu kalo sms-nya itu memakan pulsa, jadi saya harus isi pulsa dulu, baru bisa dapat sms verifikasinya.”

Sejalan dengan pendapat Saudari RG, Saudari PM (nama disamarkan demi kenyamanan nasabah) selaku nasabah di Bank BRI KK Chevron Rumbai juga mengungkapkan hal yang sama. Berikut pendapat Saudari PM: “Pas nunggu verifikasi sebelum muncul kode briva-nya yang lumayan lama.”

Menurut pengamatan peneliti saat terjun langsung ke lapangan, hambatan yang dialami tiap nasabah berbeda-beda. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, baik itu internal maupun eksternal. Faktor internalnya dapat berasal dari sistem layanan milik Bank BRI yang memang lagi bermasalah atau mengalami gangguan. Sementara faktor eksternalnya dapat berasal dari *smartphone* nasabah, baik itu jaringan, memori hp yang penuh, maupun pulsa yang tidak ada sehingga sms verifikasi tidak dapat masuk.

**Bagaimana mekanisme pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron?**

Pembukaan rekening di Bank secara *online* melalui layanan *digital saving* Bank BRI merupakan inovasi layanan/kegiatan perbankan yang diperkenalkan oleh Bank BRI agar nasabah dapat melakukan pendaftaran mandiri melalui link Bank BRI yaitu Bukarekening.bri. co.id dimanapun dan kapanpun mereka ingin membuka rekening tabungan *online* tanpa harus datang ke kantor cabang. Terdapat 7 jenis produk tabungan yang dapat dipilih nasabah saat membuka rekening melalui layanan *digital saving*, namun untuk deposito dan giro tidak dapat dibuka melalui layanan *digital saving*. Seperti yang diungkapkan oleh Informan RM selaku *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai bahwa: “Jenis rekening apa saja yang bisa dibuka melalui *digital saving* itu semuanya bisa, tapi kecuali giro dan deposito. Jadi diantaranya itu ada Britama, Britama X, Simpedes, Simpedes Bisa, Britama Bisnis, dan Britama Pro. Untuk mekanismenya, pertama nasabah harus membawa *smartphone*-nya, kemudian buka browser di hpnya, tapi kami disini menyarankan menggunakan *Google Chrome*, setelah itu masuk ke laman bukarekening.bri.co.id. Setelah itu pilih buka rekening, kemudian muncul beberapa produk tabungan dan nasabah pilih salah satu produk tabungan yang diinginkan. Setelah produk tabungan dipilih, nasabah mengisi lokasi kantor cabang BRI terdekat, yang nantinya berguna untuk menerbitkan buku atau kartu ATM, nasabah datang ke lokasi yang sudah dipilih terlebih dahulu. Setelah itu nanti nasabah akan melakukan foto KTP, *Selfie* dengan KTP, dan perekaman video. Selanjutnya nasabah harus isi identitas diri sesuai KTP, dan membayar setoran awal, bisa di BRILink, ATM, atau transfer melalui pembayaran BRIVA.”

**Apa kelebihan yang didapatkan nasabah jika membuka rekening melalui *digital saving* milik BRI?**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Informan RM selaku *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai menyebutkan kelebihan dari layanan *digital saving* adalah sebagai berikut: “Seperti yang dapat kita ketahui, kalau misalnya melakukan pembukaan rekening secara online itu pastinya lebih hemat waktu, karena bisa dibuka dimana saja dan kapan saja. Jadi bisa lebih efektif dan efisien dalam pembukaan rekeningnya. Selanjutnya, mengurangi antrian ke *customer service*. Jadi kerja CS juga bisa lebih cepat karna hanya tinggal menerbitkan kartu dan bukunya saja. Yang ketiga, jika membuka rekening BRI melalui *digital saving* ini sangat aman, karena BRI itu menghadirkan teknologi *face recognition* yang tidak ditemukan jika membuka rekening secara manual. Dan kelebihan yang lain yaitu aplikasi *mobile* *banking*-nya (BRIMo) sudah langsung terbentuk, jadi nasabah hanya perlu mengaktifkannya saja dan tidak perlu mendaftarkan ulang lagi.”

**Dimensei *E-SQual***

Bank BRI menggunakan *e-service quality*, atau kualitas layanan elektronik, dalam layanan *digital saving*, khususnya di Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai, karena instrumen ini dikatakan mampu menjelaskan secara utuh interaksi antara pengguna dan penyedia layanan. Dimensi yang mempengaruhi *Electronic* *Service Quality*, adalah sebagai berikut.

1. *Efficiency* (Efisiensi)

*Efficiency* (Efisiensi) terkait dengan seberapa mudahnya menggunakan situs *web*, menemukan informasi di dalamnya, dan keluar dengan cepat karena kenyamanan dan penghematan waktu adalah dua faktor yang dipertimbangkan pelanggan saat menjelajahi situs web. Tujuan layanan *digital saving* adalah guna memenuhi kebutuhan nasabah mengenai finansial saat dimana saja dan kapan saja baik itu menggunakan aplikasi berupa *m-banking* maupun *e-banking*. Selain itu, nasabah dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan finansial mereka. Nasabah dapat menghemat waktu oleh strategi ini untuk menyelesaikan tugas lainnya. *Digital saving* juga memudahkan nasabah untuk menabung karena kini dapat dengan cepat membuka rekening *online* dari mana saja dan kapan saja menggunakan *smartphone*, *install* aplikasi BRIMo, dan aktivasi langsung di aplikasi BRIMo, semua tanpa harus datang ke bank untuk melakukannya. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa nasabah yang menggunakan layanan *digital saving*, nasabah beranggapan membuka rekening melalui layanan *digital saving* sangat menghemat waktu. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Saudara AK bahwa: “Buka rekening melalui layanan *digital saving* menghemat waktu, karna pas menghadap ke CS nya, kita hanya perlu menunggu untuk aktivasi kartu ATM dan cetak buku tabungan.”

Sejalan dengan pernyataan Saudara AK, Saudari RG juga mengungkapkan hal yang serupa. Menurutnya layanan *digital saving* cepat, aman, dan memuaskan. Saudari PM juga merasa terbantu dan mudah dipahami layanannya. Pendapat serupa juga diutarakan oleh *Supervisor* dan *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai yang beranggapan bahwa saat nasabah menggunakan layanan *digital saving*, waktu pelayanan terhadap nasabah yang benar-benar harus bertransaksi ke kantor BRI bisa lebih efektif dan efisien serta mengurangi antrian ke *CS* dan meringankan pekerjaan CS. Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa layanan *digital saving* sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari respon nasabah yang merasa terbantu saat membuka rekening melalui layanan *digital saving* dan merasa proses buka rekening lebih cepat jika melalui layanan *digital saving* ketimbang membuka rekening langsung melalui CS.

1. *Fulfillment* (Penyelesaian)

*Fulfillment* (Penyelesaian), untuk memastikan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, mengevaluasi kesiapan dan kapasitas penyedia layanan situs untuk menyediakan klien dalam hal memenuhi ketersediaan produk dan keakuratan layanan. Layanan yang ditawarkan *digital saving* Bank BRI dirancang untuk memudahkan nasabah dalam menggunakan *website*, menginformasikan kepada nasabah segala hal yang perlu diketahui, dan mempermudah nasabah untuk mengunjungi *website* Bukarekeng.bri.co.id, baik dalam keadaan mendesak maupun tidak untuk melakukannya. Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Informan ED selaku *Supervisor* di Bank BRI KK Chevron Rumbai yang mengungkapkan: “Karena tujuan dari *digital saving* ini untuk memenuhi kebutuhan nasabah mengenai finansial dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja sehingga fitur-fitur dalam layanan *digital saving* terus di-upgrade agar memudahkan nasabah dalam memahami prosesnya dan agar dapat mengurangi antrian juga disini.”

Informan RM selaku *Customer Service* di Bank BRI KK Chevron Rumbai juga mengungkapkan hal yang sejalan dengan penyataan tersebut, dengan menyatakan bahwa: “Buka rekening melalui *digital saving* itu bisa semua produk, terkecuali giro dan deposito. Jadi diantaranya itu ada Britama, Britama X, Simpedes, Simpedes Bisa, Britama Bisnis, dan Britama Pro. Langkah-langkahnya juga cukup mudah. Pertama nasabah harus membawa *smartphone*-nya, kemudian buka browser di hpnya, setelah itu masuk ke lama bukarekening.bri.co.id. Setelah itu nasabah tinggal mengikuti instruksi dan proses-proses yang ada hingga proses terakhir nasabah membayar setoran awal menggunakan kode BRIVA yang telah diberikan.”

Pernyataan dari Informan ED selaku *Supervisor* dan Informan RM selaku *Customer Service* tersebut didukung dengan pernyataan yang telah disampaikan secara singkat oleh Saudari RG selaku nasabah Bank BRI KK Chevron Rumbai bahwa: “Dengan adanya layanan *digital saving* ini, itu sangat membantu nasabah dalam pembukaan rekening baru. Saya sendiri menggunakan layanan *digital saving* ini, karena sangat membantu saya untuk membuka rekening baru, saya juga tidak perlu lagi jauh-jauh ke kantor bank untuk membuka rekening baru. Karena sekarang udah bisa melalui *handphone* dan bisa diakses dimana saja. Dengan adanya layanan *digital saving* ini rasa saya sangat efektif dalam pembukaan rekening baru.”

Dari pemaparan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa metode layanan *digital saving* Bank BRI termasuk dalam kategori baik dan sesuai dengan keinginan nasabah yaitu menciptakan kesan pertama yang positif dan nyaman bagi nasabah. Bank BRI bekerja keras untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah sambil menjunjung tinggi kewajiban dan tugasnya kepada nasabah. Informasinya lengkap dan aksesnya cepat, dengan semua layanan yang memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa situs *digital saving* yang ditawarkan telah sesuai dengan standar operasional yang ditetapkan oleh bank dan harus menjunjung tinggi semua keberhasilan yang dicapai, baik tertulis maupun tidak tertulis sebagai bank yang selalu meningkatkan pelyanan dan fasilitas yang nyaman serta penyedia produk jasa yang lengkap.

1. *System Availability* (Ketersediaan Sistem)

*System Availability* (Ketersediaan Sistem), mengacu pada evaluasi suatu produk atau jasa yang dibuat oleh pelanggan berdasarkan perspektif tentang apa yang telah disediakan dan apa yang akan diterima. Untuk mengurangi keluhan nasabah terhadap jaringan, perbankan dihimbau untuk lebih memperhatikan komponen sistem layanan *digital saving* Bank BRI yang masih dalam kendali perusahaan. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Informan RM selaku *Customer Service* di Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai bahwa: “Untuk nasabah yang ingin membuka rekening secara online melalui layanan *digital saving*, nasabah dapat membuka laman bukarekening.bri.co.id, yang dapat diakses di browser mana saja.”

Informan ED selaku *Supervisor* juga menambahkan untuk nasabah berusia muda dan generasi milenial yang ingin membuka rekening baru disarankan untuk menggunakan layanan *digital saving* ini. Berikut pernyataan beliau: “Untuk mahasiswa-mahasiswa dan anak-anak muda serta kaum milenial sudah kami sarankan untuk membuka rekening dengan *digital saving* ini.”

Sementara itu, Saudara AK juga mengungkapkan perasaannya saat menggunakan layanan *digital saving* seperti berikut ini: “Menurut saya, sistem layanan *digital saving* ini sudah mumpuni. Langkah-langkah ataupun fitur yang diberikan juga mudah dipahami, sehingga itu menjadi kepuasan bagi saya sendiri.”

Dari pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan Bank BRI memenuhi persyaratan yang memuaskan, yaitu nasabah senang dan nyaman menggunakan situs web dan layanan perusahaan.

1. *Privacy* (Rahasia Pribadi)

Dari segi keamanan, situs web dapat menjaga privasi pengguna, namun ada kemungkinan data pribadi dapat disalahgunakan, yang dapat berdampak pada keinginan pengguna untuk menggunakan situs web untuk kegiatan terkait layanan. Akibatnya, bank diharuskan untuk menawarkan keamanan saat menggunakan situs web layanan terkait sistem, yang memerlukan pemeliharaan sistem. Bank BRI menawarkan layanan *digital saving* dengan tingkat keamanan yang tinggi guna mencegah terjadinya kejahatan digital.

Dari hasil wawancara dengan Informan RM selaku *Customer Service* mengungkapkan: “Layanan *digital saving* ini menggunakan konsep verifikasinya perekam video dan tanda tangan digital, sehingga nasabah tidak perlu tatap muka dengan agen bank melalui media *video call*, jadi proses pembukaan rekeningnya aman asalkan nasabah tidak membocorkan user ID, password dan kode OTP dan lainnya ke pihak lain.”

Informan ED selaku *Supervisor* juga menambahkan: “Buka rekening melalui layanan *digital saving* sangat aman, karena nasabah hanya bisa mendaftar jika NIK milik nasabah sudah terdaftar di kementerian. Dan selain menghadirkan teknologi perekam video, layanan *digital saving* juga menghadirkan fitur tanda tangan digital, yang pastinya validitas data sangat terjaga, dan terjamin dari anti pemalsuan.”

Saudari PM mengalami hal yang sama saat memanfaatkan layanan *digital saving* ini. Berdasarkan pernyataan di atas, layanan BRI mampu menjaga keamanan dengan benar sesuai dengan kemampuan *website* dalam menyimpan data nasabah.

# KESIMPULAN

#  Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan bahwa pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah efektif, karena setiap nasabah yang ingin membuka rekening di Bank BRI KK Chevron Rumbai, terutama nasabah generasi Z dan milenial, akan diarahkan untuk menggunakan layanan *digital saving*. Hambatan yang biasanya terjadi saat menggunakan layanan *digital saving* dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal. Sementara itu, mekanisme pembukaan rekening melalui layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Nasabah yang menggunakan layanan *digital saving* saat membuka rekening akan mendapatkan kelebihan yaitu terdaftarnya nasabah secara otomatis sebagai pengguna BRI *Mobile Banking* (BRIMo). Melihat efektivitas layanan *digital saving* di Bank BRI KK Chevron Rumbai, menandakan keberhasilan pengimplementasian *Electronic Service Quality (E-Service Quality)* di Bank BRI KK Chevron Rumbai.

# SARAN

1. Untuk Bank BRI, berdasarkan penemuan-penemuan yang ada pada penelitian ini maka penting bagi pihak Bank BRI untuk melakukan perencanaan atau perkembangan strategi agar tidak terjadi kendala pada sistem bank dan melakukan sosialisasi agar banyak masyarakat mengetahui dan tertarik untuk menggunakan layanan *digital saving* ini.
2. Untuk Masyarakat, sebaiknya dapat menyediakan fasilitas hp dan sinyal yang mendukung, serta menyiapkan data diri dengan benar agar dapat melakukan pembuatan rekening *digital saving* dengan efektif dan efisien.

# DAFTAR PUSTAKA

Aeni, S. N, & Mirza, M. (2021). Factors that Influence Customers’ Interest in Saving Btpn Jenius Digital Savings in Tangerang Area. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(3), 1310-1317.

Al-dweeri, R. M., Ruiz Moreno, A., Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-dwairi, K. M. (2019). The effect of e-service quality on Jordanian student’s e-loyalty:an empirical study in online retailing. *Industrial Management and Data Systems*, 119(4), 902-923. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2017-0598>

Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. JRMSI: *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201-223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>

Ayu, R. (2022). *IMPLEMENTASI DIGITAL SAVING DALAM MEMPERBAIKI MUTU LAYANAN PADA BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG JEMBER* (Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember).

Azmi, Z., Nasution, A. A., & Wardayani, W. (2018). Memahami Penelitian Kualitatif dalam Akuntansi. *Akuntabilitas*, 11 (1), 159-168.

Dailysocial.id. Tiga Tantangan Perbankan Indonesia Mengadopsi Teknologi Digital. Diakses 16 Agustus 2022. <https://dailysocial.id/post/tantangan-perbankan-digital>.

Harjuniati, A. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Web dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung Produk Digital Saving BRI di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Nasabah BRI Cabang Jatinegara)*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

*Hootsuite & We Are Social*. (2021). *Digital 2021: The Latest Insights into The State of Digital*. Hal 17.

<https://bukarekening.bri.co.id/digital-saving/>

Ikatan Bankir Indonesia (IBI) Dan Lemabaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan,* Jakarta Pusat : PT.Gramdeia Pustaka Utama.

Katadata, Tim Publikasi. 2020. *“BRI Buka Rekening” Platform Digital Saving Lebih Dekat dengan Nasabah.* <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/financial/5f07dfbdd9343/bri-buka-rekening-platform-digital-saving-lebih-dekat-dengan-nasabah>. Diakses pada 14 Agustus 2022.

Mulyasa, E. 2002. *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 88.

Nurmaliki, S., & Mirza, M. (2021). Factors Affecting the Intention to Adopt Digital Banking by Digital Saving Customers (Case Study of Syariah Mandiri Bank). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(6), 504-513.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>

Rachmadhania, N., Wilopo, W., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ke DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 46(1), 210-217.

Rani, I. D. (2022). *Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur)*.

Sa’diyah, W., & Marlena, N. (2018). Use of E-Toll Card: Satisfied Consumers?. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(2). 73. <http://dx.doi.org/10.29406/jmm.v14i2.1193>

Sugiyono, 2016. Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2017. Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) [The Influence of Perceived Ease of Use, Effectiveness and Risk on Interest in Transactions Using Financial Technology]. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.*