

BISNIS PERBANKAN MENJADI PILIHAN PADA ERA 4.0 BAGI KAUM MILENIAL UNIVERSITAS MAJALENGA

Engkun Kurnadi

Universitas Majalengka, Indonesia

kurnadiengkun@gmail.com

Diserahkan tanggal 21 Maret 2023 | Diterima 22 Maret 2023 | Diterbitkan tanggal 30 Juni 2023

Abstract:

World competition in the financial industry is increasing with the existence of fintech. The purpose of this community service is to socialize the banking business as an option in the 4.0 era for millennials, especially students of the Faculty of Economics and Business, University of Majalengka. During his journey, he specifically invited banking practitioners to give seminars related to banking business in the 4.0 era (digitalization). The number of participants who attended reached 300 participants consisting of management and accounting students from the Faculty of Economics and Business, University of Majalengka. The result of this activity is that students become interested in going directly into the banking world after graduating from college to work as well as the digital banking business at this time, where students are encouraged to be able to compete in the financial industry, especially according to their basic education which incidentally is a Bachelor of Management and Bachelor of Accounting.

Keywords: Banking Business, Era 4.0, Millennials, Majalengka University

Abstrak:

Persaingan dunia pada bidang insudtri keuangan semakin meningkat dengan adanya fintech. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk mensosialisasikan bisnis perbankan sebagai pilihan di era 4.0 bagi kaum milenial khusunya mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Kegiatannya dalam perjalanannya mengundang secara khusus praktisi perbankan untuk memberikan seminar terkait bisnis perbankan di era 4.0 (digitalisasi). Jumlah peserta yang hadir mencapai 300 peseta yang terdiri dari mahasiswa manajemen dan akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Hasil dari kegiatan tersebut adalah mahasiswa menjadi teratrik untuk terjun langsung di dunia perbankan setelah lulus kuliah untuk bekerja maupun bisnis perbankan digital pada saat ini, dimana mahasiswa di dorong agar mampu bersaing di industri keuangan terutama sesuai basic pendidikan mereka yang notabene sebagai Sarjan Manajemen dan Sarjana Akuntansi.

Kata Kunci: Bisnis Perbankan, Era 4.0, Milenial, Universitas Majalengka

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Dunia perbankan saat ini menjadi perhatian khusus dari sektor keuangan yang ada di Indonesia. Bisnis perbankan merupakan bisnis yang paling ramai dibicarakan di berbagai forum baik yang nasional maupun internasional. Ramainya pembicaraan masalah ini disebabkan salah satu tolak ukur kemajuan suatu negara. Perbankan di Indonesia berkembang pesat. perkembangan yang terjadi dapat mempengaruhi perokonomian negara, karena salah satu fungsi bank menurut UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan Indonesia yaitu lembaga keuangan yang melakukan pembiayaan masyarakat dalam jasa keuangan. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat untuk berbagai tujuan (Budisantoso, 2006).

Hal ini terjadi seiring perubahan era menuju revolusi 4.0. Era digital banking 4.0 menjadi peluang bagi perbankan di Indonesia untuk lebih berinovasi memberikan layanan kepada nasabah. Inovasi tersebut dibutuhkan untuk menyikapi persaingan seiring pesatnya pertumbuhan financial technology (fintech). Namun, di sisi lain era digital banking 4.0 juga menghadirkan sejumlah tantangan seperti perlindungan data nasabah. Oleh karena itu, perbankan dituntut untuk lebih adaptif terhadap perkembangan era digital banking 4.0. Hal ini disampaikan dalam roundtable breakfast sharing session bertajuk Banking 4.0 dan Tantangan Ekonomi Digital di Industri Perbankan Indonesia oleh Telkomstra dan Mastersystem yang menghadirkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan PricewaterhouseCoopers Indonesia (PwC) akhir pekan lalu di Jakarta. Deputi Direktur Produk, Aktivitas, dan APU PPT OJK, Tris Yulianta menilai perbankan akan terpengaruh dengan disrupsi dari era digital teknologi dalam revolusi industri 4.0 jika tidak menyikapi secara tepat dan cepat. perbankan harus memanfaatkan era digital banking sebagai peluang untuk meningkatkan performance perbankan secara keseluruhan. Kegiatannya di dorong perbankan untuk sinergi dan kolaborasi dengan fintech di era digital banking.

Produk perbankan yang ada mengikuti keberadaan fintech yang sedang menghadapi persaingan dari beberapa perusahaan. Dalam upaya mengimbangi kemajuan teknologi konsumen diberikan alternatif pilihan untuk transaksi. Dalam hal ini konsumen diberikan kemudahan dan pelayanan terbaik dengan teknologi yang ditawarkan oleh perusahaan Fintech (M. Tavana, 2020). Kemajuan teknologi tersebut merambah pada dunia perbankan. Mengenai pengelolaan IT supaya terus mengikuti perkembangan teknologi perlunya strategi keberlanjutan pengembangan teknologi informasi (D. Hindarto, 2021). Salah satu kemudahan transaksi tersebut yaitu internet banking. Tujuan adanya layanan Internet Banking (Naeem, 2021) dapat menjangkau konsumen sedekat mungkin tanpa adanya batasan jarak. Salah satu layanannya adalah Mobile Banking Tren teknologi digital sekarang ini sudah banyak menggunakan Internet of Things (P. Goyal, 2019) sebagai bentuk layanan perbankan (FF. Khanboubi, 2019). Disamping itu saat ini industri perbankan juga menggunakan Crowd-based Financing, Virtual Money, Cyber Security (D. Kiwia, 2018), (Hasan, 2021), dan Data Mining (P. Schulte, 2018).

Bisnis model perbankan terdiri dari empat komponen penting seperti Sosial, Enabler, Fasilitator dan Keuangan (Wijaya, 2018) (T. W. Sagala, 2020). Pelaksanaan bisnis perbankan diminati oleh sekelompok orang yang menyukai kemajuan teknologi. Upaya penyelarasan kemajuan teknologi pada sector keuangan yang menjadi tantangan tersendiri bagi kaum milenial adalah dengan mendorong minat serta keinginan mahasiswa sebagai pionir pemanfaatan internet pada bisnis perbankan.

Universitas Majalengka menyelenggarakan kegiatan seminar yang diikuti oleh mahasiswa sebagai pesertanya. Kegiatan tersebut dilakukan dalam upaya mensosialisasikan bisnis perbankan untuk dapat diminati oleh kaum milenial. Keberadaan kaum milenial dengan mudah mengikuti perkembangan teknologi fintech. Kegiatan tersebut disambut dengan baik terlihat dengan kehadiran seminar tersebut untuk menjawab bagaimana bisnis perbankan menjadi pilihan pada era 4.0. Tujuan dari penelitian ini berfokus membahas bisnis perbankan menjadi pilihan di era 4.0.

Dimana urgensi dari penerapan fintech adalah industri perbankan mampu menghadapi revolusi industri 4.0.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode pelaksanaan yaitu dengan kegiatan seminar tentang Manajemen Perbankan dan Bisnis Perbankan yang disampaikan oleh Drs.Engkun Kurnadi, MM. Output yang diharapkan dari seminar ini yaitu Mahasiswa mendapatkan pengetahuan mengenai fintech pentingnya dalam pengembangan bisnis perbankan dimana aplikasi aplikasi yang di buat memudahkan konsumen dalam hal ini nasabah sebagai pengguna produk perbankan untuk mendapatkan kemudahan dalam penggunaan ataupun transaksi pada penggunaannya. Kegiatan seminar bisnis perbankan menginginkan mahasiswa sebagai kaum milenial memahami peran perbankan dalam dunia industri keuangan dan mampu mengimbangi keberadaannya.

PEMBAHASAN

Bisnis perbankan menjadi pilihan yang tepat di era 4.0 ini. Istilah Industry 4.0 pertama kali digemakan pada Hannover Fair, 4-8 April 2011. Istilah ini digunakan oleh pemerintah Jerman untuk memajukan bidang industri ke tingkat selanjutnya, dengan bantuan teknologi. Mengutip dari laman Forbes, revolusi industri generasi keempat bisa diartikan sebagai adanya ikut campur sebuah sistem cerdas dan otomasi dalam industri. Hal ini digerakkan oleh data melalui teknologi machine learning dan AI. Di Indonesia, perkembangan Industry 4.0 sangat didorong oleh Kementerian Perindustrian. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan, agar Indonesia dapat bersaing dengan negara lain di bidang industri, Indonesia juga harus mengikuti tren. “Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, di mana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama,” kata Airlangga.

Sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin meningkat mendorong manusia untuk mampu bersaing di dunia industri. Dalam hal ini sebagai akademisi dan praktisi penulis yang bermitra dengan lembaga perbankan berkolaborasi memberika seminar mengenai Bisnis perbankan. Universitas Majalengka sebagai salah satu perguruan tinggi di Majalengka yang memiliki mahasiswa besar. Sebagian mahasiswa nya terdaftar pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka yang terdiri dari program studi manajemen dan Akuntansi. Kegiatan seminar bisnis perbankan menginginkan mahasiswa sebagai kaum milenial memahami peran perbankan dalam dunia industri keuangan dan mampu mengimbangi keberadaannya.

Istilah generasi millennial memang sedang akrab terdengar. Istilah tersebut berasal dari millennials yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya. Millennial generation atau generasi Y juga akrab disebut generation me atau echo boomers. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Namun, para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi Y terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya. Awal 2016 Ericsson mengeluarkan 10 Tren Consumer Lab untuk memprediksi beragam keinginan konsumen. Teknologi juga membuat para generasi internet tersebut mengandalkan media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi. Saat ini, media sosial telah menjadi platform pelaporan dan sumber berita utama bagi masyarakat. Studi tersebut menggambarkan perilaku generasi akrab internet ini memilih jalur daring untuk meneliti dan membeli beragam produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Nielsen mencatat, pertumbuhan penetrasi perangkat mobile di kota-kota besar Indonesia mencapai 88 persen. Kepemilikan perangkat mobile menjadi salah satu faktor paling signifikan terhadap perilaku belanja daring. Berdasarkan riset Nielsen tersebut, Indonesia memiliki peringkat teratas secara global dalam hal penggunaan ponsel pintar untuk belanja daring. Sebanyak 61 persen konsumen memilih berbelanja menggunakan ponsel pintar, dan 38 persen lainnya memilih

tablet atau perangkat mobile lain. Sementara, 58 persen konsumen lebih memilih menggunakan komputer.

Berikut kegiatan yang dilakukan oleh praktisi sekaligus akademisi saat memberikan materi mengenai bisnis perbankan pada seminar yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka:



Gambar 1. Seminar Bisnis Perbankan

Kegiatan tersebut memberikan gambaran mengenai bank yang merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyaurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan. Kegiatan usaha bank terdiri dari 3 macam yaitu simpanan, kredit dan jasa bank. Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada pada perbankan mencakup yang mempunyai kompetensi yang cukup dan moral yang baik. Kompetensi yang diharapkan meliputi akuntansi, hukum, ekonomi dan gentlemen bagi peminatnya.

Ketertarikan mahasiswa dalam dunia perbankan terlihat dari minat mahasiswa yang berbondong-bondong mengikuti kegiatan seminar bisnis perbankan yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka pada 29 Juni 2022. Mahasiswa mendapatkan pengetahuan mengenai fintech pentingnya dalam pengembangan bisnis perbankan dimana aplikasi-aplikasi yang dibuat memudahkan konsumen dalam hal ini nasabah sebagai pengguna produk perbankan untuk mendapatkan kemudahan dalam penggunaan ataupun transaksi pada penggunaannya.

SIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini mendorong mahasiswa sebagai kaum milenial untuk tertarik pada bisnis perbankan sesuai dengan era digitalisasi melalui pemanfaatan internet sebagai fintech. Keberhasilan suatu bank tergantung pada keberhasilan dalam mengelola uang, orang dan barang dalam pelaksanaan bisnisnya. Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai keberadaan perbankan tersebut. Selain itu mahasiswa juga mulai beradaptasi dengan produk yang ditawarkan oleh perbankan untuk kemudian digunakan dalam aktivitas perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- D. Hindarto, R. E. Indrajit, and E. Dazki, 2021, "Sustainability of Implementing Enterprise Architecture in The Solar Power Generation Manufacturing Industry," *Sinkron*, Vol. 6, No. 1, pp. 13–24, [Online]. Available: <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/article/view/11115>. Arkoun, M. (2002). Sejarah sebagai Ideologi Legitimasi: Pendekatan Perbandingan dalam Konteks Islam dan Eropa. In *Dialektika Peradaban* (1st ed., pp. 31–47). Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- D. Kiwia, A. Dehghantanha, K. K. R. Choo, and J. Slaughter, 2018, "A Cyber Kill Chain Based Taxonomy of Banking Trojans for Evolutionary Computational Intelligence," *J. Comput. Sci.*, Vol. 27, pp. 394–409, doi: 10.1016/j.jocs.2017.10.020.
- FF. Khanboubi, A. Boulmakoul, and M. Tabaa, 2019, "Impact of Digital Trends Using IoT on Banking Processes," *Procedia Comput. Sci.*, Vol. 151, pp. 77–84, doi: 10.1016/j.procs.2019.04.014.
- Ginanjar, Y., Hernita, N., & Riyadi, W. (2021). Peningkatan Daya Saing UKM Sehati Melalui Optimalisasi Penggunaan Teknologi dan Pengelolaan Manajerial. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 2(2), 165-171.
- Hernita, N., Riyadi, W., Kurnadi, E., & Rahmayani, M. W. (2022). Optimalisasi Pengelolaan UKM Madu dalam Mensejahterakan Masyarakat Desa Cibodas Kabupaten Majalengka. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(05), 494-503.
- M. Tavana, V. Hajipour, and S. Oveisi, 2020, "IoT-Based Enterprise Resource Planning: Challenges, Open Issues, Applications, Architecture, and Future Research Directions," *Internet of Things*, Vol. 11, p. 100262, doi: 10.1016/j.iot.2020.100262.
- M. Naeem and W. Ozuem, 2021, "The Role of Social Media In Internet Banking Transition During COVID-19 Pandemic: Using Multiple Methods and Sources In Qualitative Research," *J. Retail. Consum. Serv.*, Vol. 60, No. October 2020, p. 102483, doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102483.
- P. Goyal, A. K. Sahoo, and T. K. Sharma, 2019, "Internet of Things: Architecture and Enabling Technologies," *Mater. Today Proc.*, Vol. 34, no. xxxx, pp. 719–735, doi: 10.1016/j.matpr.2020.04.678..
- P. Schulte, 2018. Mobile Technology: The New Banking Model Connecting Lending to the Social Network, 1st ed., Vol. 2. *Elsevier IncE*.
- Rahmayani, M. W., Riyadi, W., & Hernita, N. (2022). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UKM MADU CITAYEUM DESA CIBODAS KABUPATEN MAJALENGKA. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 907-910.
- Riyadi, W., Nur, L. Z., Mahiri, E. A., Hernita, N., & Rahmayani, M. W. (2022). PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA DENGAN IPTEK UNTUK MEMPERTAHAKAN WARISAN TRADISIONAL TENUN GADOD DESA NUNUK BARU KECAMATAN MAJA KABUPATEN MAJALENGKA. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 364-368.
- S. Hasan, M. Ali, S. Kurnia, and R. Thuramy, 2021, "Evaluating The Cyber Security Readiness of Organizations and Its Influence On Performance," *J. Inf. Secur. Appl.*, Vol. 58, p. 102726, doi: 10.1016/j.jisa.2020.102726.
- T. W. Sagala, E. A. Manapa, V. Y. P. Ardhana, and G. Lewakabessy, 2020, "Perbandingan Implementasi Manajemen Pengetahuan pada Berbagai Industri," *JTIM J. Teknol. Inf. dan Multimed.*, Vol. 1, No. 4, pp. 327–335, doi: 10.35746/jtim.v1i4.6
- Wijaya and P. M. Ariyani, 2018, "Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru," *J. Econ. Bussines Account.*, Vol. 1, No. 2, pp. 283–296, doi: 10.31539/costing.v1i2.263.