



PEMANFAATAN LAYANAN *CHAT BOT* “SABRINA” SEBAGAI WUJUD INOVASI DALAM PELAYANAN PUBLIK DI BANK RAKYAT INDONESIA

Desi Lestari

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

email: desielfalasif@gmail.com

Received:

Accepted:

Published:

ABSTRACT

The use of digital media today is not only functioned for personal interests, but also for the benefit of groups, organizations, state institutions and companies, both government and private companies in terms of public services as carried out by several banks under the auspices of SOEs, one of which is Bank Rakyat Indonesia or known as BRI which utilizes digital media as a research method to develop products and services public to each of its clients. It is interesting to study more deeply related to how the influence of the Industrial Revolution 4.0 on services through this new digital media is applied in the service process as a substitute for Customer Service, especially one of the challenges faced by STATE-OWNED banks, which in this case is BRI, with the lack of public understanding of Sabrina's existence as a Chat bot service, so basically an innovation is needed to overcome these problems. In order to meet the service needs of customers / communities to be easier and more flexible as well as being an agent of change in the industrial revolution 4.0 in carrying out the role of a state-owned Enterprise. By providing totality and excellent service. This research was conducted to see how digital media in sabrina chat bot services are used by BRI in providing services to customers as a form of innovation in services through digital media. The research method uses a qualitative descriptive approach in which the results of the study are analyzed using the theory of diffusion of innovation. Innovation in this case is related to the use of Sabrina's chat bot by using digital media as a medium for socialization and submission of complaints in the public service process by Bank Rakyat Indonesia. The use of digital media can be done more easily, quickly and efficiently.

Keywords: *Digital Media, BUMN, Bank Rakyat Indonesia, Diffusion of Innovation, Industrial Revolution 4.0.*

ABSTRAK

Penggunaan media digital dewasa ini tidak hanya difungsikan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk kepentingan kelompok, organisasi, lembaga negara dan perusahaan, baik perusahaan pemerintah maupun swasta dalam hal pelayanan publik seperti yang dilakukan oleh beberapa perbankan yang berada dibawah naungan BUMN,

salah satunya adalah Bank Rakyat Indonesia atau yang dikenal dengan sebutan BRI yang memanfaatkan media digital sebagai metode penelitian untuk mengembangkan produk dan pelayanan publik bagi setiap nasabahnya. Menarik untuk dikaji lebih dalam terkait bagaimana pengaruh revolusi Industri 4.0 terhadap pelayanan melalui media digital yang baru ini diterapkan dalam proses pelayanan sebagai pengganti Customer Service, Terlebih salah satu tantangan yang dihadapi perbankan BUMN yang dalam hal ini adalah BRI, dengan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap keberadaan Sabrina sebagai layanan Chat bot tersebut, sehingga pada dasarnya diperlukan sebuah inovasi untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelayanan nasabah/masyarakat agar menjadi lebih mudah dan fleksible sekaligus menjadi agen perubahan revolusi industri 4.0 dalam menjalankan peran sebagai Badan Usaha milik negara. Dengan memberikan pelayanan yang totalitas dan prima. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana media digital dalam layanan chat bot sabrina dimanfaatkan oleh BRI dalam melakukan pelayanan kepada para nasabah sebagai bentuk inovasi dalam pelayanan melalui media digital. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif di mana hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan teori difusi inovasi. Inovasi dalam hal ini terkait pemanfaatan chat bot Sabrina dengan menggunakan media digital sebagai media sosialisasi dan penyampaian pengaduan dalam proses pelayanan publik oleh Bank Rakyat Indonesia. Penggunaan media digital dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat dan efisien.

Kata Kunci: Media Digital, BUMN, Bank Rakyat Indonesia, Difusi Inovasi, Revolusi Industri 4.0.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan Revolusi Industri 4.0 dapat dikatakan media digital dewasa ini sangat dirasakan manfaatnya dalam berbagai bidang kehidupan manusia, baik dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun budaya. Media digital tidak hanya dimanfaatkan oleh individu saja, tapi juga oleh berbagai kelompok, organisasi, lembaga negara hingga pemerintahan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi dari tatap muka menjadi daring (online) dengan penggunaan media sosial digital, seperti Social Networking, Blog, Microbloging, Media Sharring, Social Bookmarking dan Jejaring Media Profesional lainnya. Di awal kemunculannya, media digital lebih difungsikan sebagai media eksistensi diri, melalui media sosial para penggunaanya memanfaatkan media sosial dalam menjelaskan identitas diri mereka melalui postingan gambar, video, mauun musik kesukaan di laman sosial media pribadi mereka, postingan tersebut memuat berbagai aktivitas keseharian mereka, saling berbagi dan berinteraksi antara satu pengguna dengan pengguna lain maupun membentuk kelompok atau grup sesuai dengan *interest* dan kepentingan masing-masing dari setiap penggunanya. Hal ini pun sesuai dengan fungsi dari sosial media itu sendiri menurut Taprial&Kanwar yakni *identity, conversations, sharing, presence, relationship, reputation, dan groups* (2012:31).

Namun seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi masyarakat sekarang banyak bergantung pada pemanfaatan teknologi internet, termasuk sosial digital sebagai *platform* yang paling banyak diakses oleh pengguna di internet, sebagaimana yang dikemukakan oleh situs *Global Digital Report Hootsuite*

yang mendata tingkat penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2019 yakni sejumlah 150 juta total penduduk Indonesia menjadi mayoritas dari penggunaan aktif internet (*wearesocial.com/global-digital-report-2019*). Penggunaan media digital tersebut tidak hanya difungsikan untuk kepentingan pribadi, namun juga untuk kepentingan kelompok, organisasi, lembaga negara, maupun perusahaan dalam hal pelayanan publik sebagaimana yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia yang memanfaatkan media digital sebagai medium pelayanan publik melalui Chat bot Sabrina.

Dikatakan sebagai wujud dari inovasi dalam pelayanan publik pada dasarnya dikarenakan pergeseran fungsi dan pemanfaatan media digital yang dalam hal ini tidak hanya digunakan oleh individu, tetapi juga digunakan oleh Lembaga Negara, seperti Badan Usaha Milik Negara yang tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi namun juga untuk kepentingan perusahaan dan masyarakat yang mana dalam tujuannya untuk kepentingan pengembangan pelayanan publik.

Bank Rakyat Indonesia atau BRI adalah salah satu bank terbesar milik pemerintah Indonesia. BRI Didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895 dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden. Sejak 1895 BRI hadir untuk memberikan pelayanan terbaik kepada Masyarakat Indonesia, dengan menjangkau semua lapisan masyarakat dan melayani dari yang tak terlayani. Dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan secara konsisten memberikan yang terbaik pada segmen tersebut, BRI digerakkan secara disiplin dengan Budaya Kerja yang baik. Jaringan kerja BRI tersebar di seluruh Indonesia dan beberapa Kantor Cabang Luar Negeri. Sampai dengan akhir tahun 2019, BRI memiliki 9.618-unit kerja konvensional, lebih dari 227.000 jaringan e-channel dan mampu menghadirkan jaringan Agen BRI Link sejumlah 422.160 untuk melayani masyarakat Indonesia. Pada tahun 2020 BRI berhasil meraih predikat Top Bank di Indonesia dengan menduduki peringkat pertama versi The Banker, serta berhasil memasuki jajaran Top 1.000 World Banks 2020 versi The Banker dengan menduduki peringkat 112 Dunia. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan publik dengan melakukan pengawasan pada penyelenggara pelayanan publik yang mampu memuaskan para nasabahnya, menerima aduan dan menindak lanjuti aduan dari masyarakat dalam tujuannya untuk kepentingan dan kepuasan dari masyarakat, baik secara *online* maupun *offline*.

Adapun inovasi dalam pelayanan publik Bank Rakyat Indonesia pun merujuk pada pemanfaatan media digital melalui layanan Chat bot Sabrina sebagai angin segar dalam pelayanan publik sebagai alternatif dari pelayanan publik yang biasanya dilakukan secara tradisional (*offline*) beralih kepada layanan *online*, yang awalnya nasabah harus datang ke Bank bertemu dengan Customer Service, dengan inovasi layanan Chat bot Sabrina cukup dengan mengakses secara online melalui media digital sudah mampu mendapatkan layanan yang sama persis seperti Customer Service.

Inovasi itu sendiri pada dasarnya dipahami sebagai suatu gagasan, tindakan, maupun barang yang dianggap baru oleh individu, dimana konsep kebaruan dalam inovasi tersebut dipandang dan diukur secara subjektif tergantung pada individu yang menemukannya (Rusmiarti, 2015:88). Menjadi menarik untuk diteliti tentang "layanan Chatbot Sabrina". *Chatbot* yang merupakan program komputer yang dapat berkomunikasi dalam format percakapan dan dirancang untuk dapat mensimulasikan

percakapan dan interaksi manusia. AI (*Artificial Intelligence*) sendiri adalah *learning machine* yang mampu menganalisa perilaku seseorang yang berhubungan dengannya. AI tersebut ditanam di dalam *chatbot* sehingga dalam berkomunikasi program itu dapat mengenali profil pengguna dan mengarahkan percakapan sesuai profilnya. Melalui media digital layanan *chatbot* ini mempermudah nasabah / customer dari BRI. Melalui layanan *Chatbot* juga dapat menyelesaikan permasalahan dan kebutuhan perbankan. Dengan system (*Artificial Intelligence*) AI dalam bisnis *Algoritma machine learning* diintergrasikan ke dalam platform dalam form analitik dan *customer relationship management* (CRM) untuk mengungkap informasi tentang bagaimana cara melayani pelanggan dengan lebih baik. *Chatbots* telah di masukkan ke situs web untuk menyediakan layanan langsung kepada pelanggan secara otomatis.

Begitupun yang diterapkan dalam proses pelayanan publik, terlebih salah satu tantangan yang dihadapi oleh Badan Usaha Milik Negara adalah kurangnya pemahaman masyarakat akan keberadaan *Chatbot* Sabrina BRI tersebut, sehingga inovasi yang pada dasarnya diperlukan dalam menjangkau masyarakat dapat berjalan baik dan BUMN dapat menjalankan peran yang totalitas dalam melakukan pelayanan publik sebagai tujuan dari keberadaan badan usaha tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana layanan *Chatbot* Sabrina dimanfaatkan oleh BRI dalam melakukan pelayanan publik sebagai wujud inovasi dalam pelayanan publik oleh BRI, dimana penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori difusi inovasi.

METODE

Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan teori difusi inovasi. Subjek penelitian dalam hal ini adalah layanan *Chatbot* Sabrina BRI, dan nasabah BRI pengguna media digital yang dibuktikan dengan beberapa sampling wawancara dan jejak digital nasabah tersebut yang dibuktikan dengan jejak digital. Dalam menentukan informan dan responden penelitian, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Teknik *snowball sampling* digunakan dalam menentukan informan yang berasal dari nasabah Bank Rakyat Indonesia sedangkan *purposive sampling* digunakan dalam menentukan responden masyarakat, dengan menentukan kriteria yang digunakan dalam menjaring responden yang sesuai dengan tujuan dan hasil yang dibutuhkan dalam penelitian terkait pemanfaatan sosial digital layanan *Chatbot* dalam pelayanan publik oleh Bank Rakyat Indonesia, dimana kriteria-kriteria yang ditetapkan diantaranya yakni; (1) pengguna media digital aktif dan memiliki akun sosial media yang jelas. (2) Pernah mengakses (minimal salah satu) laman sosial media dibuktikan dari jejak digital yang ditinggalkan pada laman sosial media Bank Rakyat Indonesia (baik dalam bentuk komentar maupun "like" pada postingan di laman sosial media BRI, dan (3) Bersedia pada saat diminta untuk menjadi responden dalam penelitian (akses ke responden masyarakat dilakukan melalui wawancara sosial media).

HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian terkait pemanfaatan sosial digital sebagai wujud inovasi dalam pelayanan publik oleh BRI melalui layanan Chatbot Sabrina menunjukkan bahwa dalam prosesnya, BRI memanfaatkan layanan Chatbot Sabrina dalam pelayanan publik, melalui layanan digital Whatshapp beberapa sosial media tersebut diantaranya facebook, instagram, youtube, dan twitter. Dari ke-empat laman sosial media yang dimanfaatkan BRI melalui layanan Chatbot Sabrina, twitter adalah laman sosial media yang paling sering digunakan untuk mempromosikan layanan chatbot Sabrina, dan laman sosial media instagram setelahnya. Chatbot Sabrina diluncurkan pada Januari 2018. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terus berinovasi dengan menghadirkan layanan digital yang bertujuan untuk memudahkan nasabah untuk mendapatkan layanan perbankan. Bank BRI secara resmi meluncurkan layanan virtual assistant chat yang diberi nama SABRINA (Smart BRI New Assistant) pada hari Sabtu (20/1/2018) di Jakarta Convention Center (JCC) Senayan, Jakarta. Direktur Jaringan dan Layanan Bank BRI, Mohammad Irfan mengatakan SABRINA dihadirkan sebagai sebuah terobosan baru untuk memenuhi kebutuhan nasabah melalui layanan yang cepat, akurat, aman, dan nyaman. Bila dulu nasabah perlu menunggu antrian untuk mendapatkan layanan, nasabah kini dimudahkan, cukup dengan chatting bersama SABRINA. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor BRI ataupun menelepon CallBRI cukup dengan mengakses SABRINA akan siap memberikann pelayanan secara langsung.

SABRINA dapat diakses melalui Facebook Messenger, aplikasi Telegram dan Watshap. Cukup dengan klik tombol "like" dan "follow" akun Bank BRI atau input @BANKBRI_ID_BOT para pengguna yaitu nasabah bank BRI bisa langsung mengakses layanan yang disediakan oleh SABRINA. Pemanfaatan sosial media yang dilakukan oleh BRI merupakan wujud dari difusi inovasi dilihat dari empat elemen dalam proses difusi inovasi menurut M.Rogers yakni Inovasi, Saluran Komunikasi, Jangka Waktu, dan Sistem Sosial. Dengan melihat empat elemen dalam proses difusi inovasi tersebut kita dapat melihat tentang inovasi yang diterapkan dalam proses pelayanan publik oleh BRI melalui layanan SABRINA dan seberapa jauh pemanfaatan inovasi tersebut dalam proses pelayanan publik oleh BRI. Dalam hal inovasi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Rogers (1983:11) bahwa konsep "kebaruan" dalam inovasi dapat berupa pengetahuan, persuasi, atau keputusan untuk mengadopsi. Pengetahuan dalam hal ini terkait tentang ide atau cara baru yang diterapkan dalam proses pelayanan publik oleh BRI dimana sosial media digunakan sebagai medium yang dimanfaatkan untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi para nasabah BRI serta SABRINA dapat dijadikan wadah yang dimanfaatkan untuk menampung aspirasi maupun aduan dari para nasabah BRI terkait proses pelayanan publik yang diselenggarakan oleh BRI baik aduan terkait produk maupun layanan yang disediakan oleh BRI. Sehingga SABRINA juga sebagai bentuk wadah penghimpun aduan. Dengan SABRINA tersebut, para nasabah BRI mulai beralih dari proses penyampaian aduan yang tradisional, menjadi lebih modern bahkan dirasa lebih mudah, efektif dan efisien, yang mana hal ini merupakan bentuk keputusan yang tepat bagi BRI untuk mengadopsi "cara" baru dalam pengembangan pelayanan publik melalui SABRINA.

Saluran Komunikasi merujuk pada sarana dalam penyampaian pesan atas ide-ide baru dalam proses difusi inovasi, ide baru dalam proses pelayanan publik bermedia

disalurkan melalui sosial media dimana sosial media selain menjadi wujud dari inovasi itu sendiri pun juga menjadi sarana dalam menyalurkan pesan-pesan yang mengandung “kebaruan” atau inovasi di dalamnya. Seperti halnya layanan SABRINA yang dapat diakses melalui sosial dan mulai diperkenalkan oleh BRI melalui media sosial diwujudkan dalam foto maupun video yang di posting pada laman sosial media resmi milik BRI. Selain pelayanan publik yang dikemas dalam wujud yang inovatif dan kreatif tersebut SABRINA dirasa lebih efisien untuk digunakan bagi nasabah BRI

Berkenaan tentang waktu dalam proses difusi inovasi menyangkut tentang seberapa banyak masyarakat yang memanfaatkan SABRINA sebagai alternatif customer service dalam mengakses informasi dari BRI serta menyampaikan aduan BRI mulai dari sosial media dimanfaatkan oleh BRI sampai dengan penelitian dilaksanakan. Dari hasil pengamatan selama proses penelitian, akun Twitter BRI yang dibentuk sejak tahun 2013 diikuti oleh kurang lebih 210.100 pengguna dan aktif dalam memberikan postingan minimal 1 kali dalam seminggu. Sedangkan instagram BRI sejak 2014 telah memiliki 835.000 pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 4.738 postingan. Sejak dimanfaatkannya sosial media sebagai media pelayanan publik, respon pada setiap postingan pada sosial media milik BRI dapat dikatakan terus mengalami peningkatan. Begitu pula pada akun sosial media BRI lainnya yang sering aktif dalam menyampaikan informasi dan mengalami peningkatan respon pada setiap postingan yang diberikan.

Elemen terakhir dalam proses difusi inovasi adalah sistem sosial dimana sistem sosial berkenaan dengan dampak yang dihasilkan dalam sistem sosial dari proses difusi inovasi yang dilakukan sebagai bentuk konsekuensi dari inovasi yang dilakukan. Dari pemanfaatan sosial media sebagai media pelayanan publik oleh BRI melalui chat bot SABRINA selain sebagai suatu layanan positif ada pula tantangan yang harus dihadapi Perlu genjarnya BRI untuk terus menggalakan berbagai promosi untuk layanan SABRINA, dengan layanann yang mumpuni jika tidak dapat dimanfaatkan dengan baik maka akan menjadi suatu yang sia-sia. Oleh karena itu perlunya memperkenalkan layanan SABRINA dengan cakupan informasi yang sangat luas seperti pengalihan dengan menggunakan media sosial lain untuk melakukan promosi, misalnya seperti tik tok atau media sosial berpengaruh lainnya.

KESIMPULAN

Empat elemen dalam proses difusi inovasi menunjukkan inovasi yang diterapkan dalam proses pelayanan publik oleh SABRINA dan bagaimana pemanfaatan inovasi SABRINA tersebut dalam proses pelayanan publik oleh BRI. Inovasi dalam hal ini berkenaan dengan pemanfaatan sosial media sebagai media sosialisasi dan penghimpun aduan dalam proses pelayanan publik SABRINA. Dikatakan sebagai wujud inovasi karena proses pelayanan publik yang biasa dilakukan secara tradisional baik secara langsung maupun melalui media tradisional sehingga memakan biaya yang cukup tinggi, dengan adanya pemanfaatan sosial media dapat dilakukan secara lebih mudah mudah, cepat dan efisien.

REFERENSI

Arifin, A., & Soenendar, R. K. (2011). *Sistem komunikasi indonesia*. Simbiosis Rekatama Media.

Rogers, Everett M. *Diffussions of innovations (Third Edition)*. London: The Free Press.

Rusmiarti, Dewi Ariningrum. *Analisis Difusi Inovasi dan Pengembangan Budaya Kerja pada Organisasi Birokrasi*. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi Vol 6. No.2 November 2015. Hal 85-100

Taprial, Varinder., Kanwar, Priya. 2012. *Understandin Social Media*. United Kingdom: London Bussiness School