

INOVASI LAYANAN PLATFORM PLUS BY BTN PRIORITAS DI PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk. KANTOR CABANG SURABAYA

Fitriyah Islamiyah

S1 Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Surabaya, fitriyah.23561@mhs.unesa.ac.id

Eva Hany Fanida

S1 Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Surabaya, evafanida@unesa.ac.id

Abstrak

Layanan perbankan diharuskan untuk terus mengembangkan dan mentransformasikan dari perubahan kebutuhan nasabah, pengetahuan nasabah dan inovasi yang kompetitif sebagai hasil dari globalisasi, liberalisasi dan faktor teknologi. Organisasi tidak bisa menghindari faktor-faktor tersebut jika ingin menjadikan perusahaannya pada level yang optimal, kompetitor juga akan selalu aktif melakukan perubahan oleh karena itu perusahaan harus mengubah strateginya dan itulah alasan industri perbankan harus selalu berinovasi secara efektif dan efisien. Tujuan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan penerapan Inovasi Layanan *Platform Plus by* BTN Prioritas di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara. Dengan menggunakan fokus penelitian Rokhman (2011) mengenai karakteristik inovasi e-government, yaitu meliputi *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif), *Image* (Gambaran atau Citra), *Compability* (Tingkat Kesesuaian), *Ease for Use* (Kemudahan Penggunaan), *Use Intension* (Intensitas Penggunaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Layanan *Platform Plus by* BTN Prioritas di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya sudah sangat baik, hal tersebut dapat dinilai dengan adanya inovasi layanan *platform Plus by* BTN Prioritas telah meningkatkan efektivitas dari kerja pegawai, memudahkan nasabah mengakses layanan secara online, memperkuat citra positif BTN Prioritas dengan benefit yang menyesuaikan gaya hidup nasabah serta menunjukkan intensitas penggunaan yang tinggi sejak diluncurkan.

Kata Kunci: Pelayanan Publik, Pelayanan, BTN Prioritas.

Abstract

Banking services are required to continuously develop and transform in response to changing customer needs, customer knowledge, and competitive innovations resulting from globalization, liberalization, and technological factors. Organizations cannot avoid these factors if they want to keep their business at an optimal level, especially since competitors are constantly making changes; therefore, companies must adjust their strategies. This is why the banking industry must always innovate effectively and efficiently. The purpose of this research is to describe the implementation of the Platform Plus service innovation by BTN Prioritas at PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Surabaya Branch Office. The type of research used is descriptive with a qualitative approach, and the research instrument was interviews. The study applied Rokhman's (2011) research focus on the characteristics of e-government innovation, which include Relative Advantage, Image, Compatibility, Ease of Use, and Use Intention. The results show that the Platform Plus service innovation by BTN Prioritas at PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Surabaya Branch Office, has been very successful. This can be seen from how the Platform Plus service innovation has increased employee work effectiveness, made it easier for customers to access services online, strengthened the positive image of BTN Prioritas with benefits tailored to customers' lifestyles, and demonstrated high usage intensity since its launch.

Keywords: Public Services, Service, BTN Priority.

PENDAHULUAN

Dalam upaya mewujudkan good governance, pelayanan publik menjadi aspek strategis yang melibatkan partisipasi masyarakat. Proses evaluasi dan perbaikan atas keluhan pengguna layanan menjadi pendorong inovasi dalam penyelenggaraan layanan. Menurut Hinson,

Mohammed & Mensah (2006), kualitas pelayanan yang baik sangat menentukan keberlangsungan bank dalam industri yang kompetitif. Partisipasi aktif pengguna layanan berpotensi meningkatkan inovasi yang dilakukan oleh penyelenggara layanan, sehingga menciptakan layanan yang lebih baik.

Era digital dan globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi, sosial, dan politik. Karsh et al. (2020) mencatat bahwa krisis keuangan global 2008 menandai awal pengembangan teknologi keuangan (FinTech) dan teknologi regulator (RegTech). Perkembangan ini mendorong pertumbuhan startup di sektor layanan keuangan, yang didominasi oleh perusahaan IT dan e-commerce. Teknologi komunikasi juga telah memfasilitasi perdagangan internasional dan investasi global, meskipun tantangan seperti keamanan siber dan ketidaksetaraan ekonomi tetap ada (Kompasiana.com, 2024).

Sektor perbankan, khususnya, menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan kebutuhan nasabah yang terus berubah. Digitalisasi layanan menjadi fokus utama untuk memberikan kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. telah bertransformasi dari fokus pada sektor perumahan menjadi mitra utama dalam finansial keluarga Indonesia. Layanan BTN Prioritas, yang ditujukan untuk nasabah dengan AUM minimal 500 juta rupiah, menawarkan pengalaman perbankan eksklusif yang berbeda dari layanan reguler.

Layanan BTN Prioritas memiliki dua segmentasi membership, yaitu Gold dan Platinum, yang masing-masing menawarkan berbagai benefit, termasuk hadiah pada hari istimewa. Menurut Direktur BTN, jumlah nasabah prioritas tumbuh sekitar 11% yoy, menunjukkan tingginya kebutuhan akan layanan perbankan yang efektif dan efisien. Achimba et al. (2014) menekankan pentingnya inovasi dalam layanan perbankan untuk memenuhi perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen.

Inovasi terbaru dari BTN Prioritas adalah Platform Plus, yang menawarkan lima level membership untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Platform ini memberikan akses mudah untuk menikmati berbagai layanan dan benefit sesuai dengan level membership.

[illegible]

Gambar 1. *Benefit dan Privilage Nasabah BTN Prioritas Berdasarkan Level Membership*



Gambar 2. Segmentasi Member *Gold* dan *Platinum*
Sumber: <https://x.com/bankbta>, 2018

Platform Plus telah meraih penghargaan sebagai "Wealth Management Platform of The Year" pada tahun 2023, berkat inovasi dan dampak positif yang dihasilkannya. Salah satu fitur unggulan adalah akses cepat ke Airport Lounge hanya dengan memindai kode QR. Sejak diluncurkan, layanan ini telah mencatatkan hampir 14 ribu pengunjung dan lebih dari 37 ribu proses loyalty reward.

Jumlah nasabah prioritas BTN tumbuh dua digit



Gambar 3. Kutipan Pertumbuhan BTN Prioritas
sumber: keuangan.kontan.co.id, 2021

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan inovasi layanan Platform Plus di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya. Rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana penerapan inovasi layanan tersebut. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis, baik bagi penulis, universitas, Bank BTN, maupun masyarakat.

Manfaat teoritis mencakup pemahaman yang lebih mendalam mengenai inovasi layanan, sedangkan manfaat praktis meliputi referensi bagi penelitian selanjutnya dan masukan bagi Bank BTN dalam pengembangan layanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat mengenai inovasi layanan di PT Bank Tabungan Negara.



Gambar 4. Pers Relaunching Layanan Plus by BTN
Priorita
Sumber: infobanknews, 2022

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada inovasi layanan yang menjadi pelopor di dunia perbankan Indonesia, khususnya di BTN Cabang Surabaya, yang merupakan outlet prioritas terbesar secara nasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan inovasi layanan *Platform Plus* oleh BTN Prioritas di Kantor Cabang Surabaya. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fakta secara sistematis, faktual, dan akurat dari sudut pandang para pelaku utama, yakni nasabah dan pegawai BTN Prioritas. Sebagaimana disampaikan oleh Sugiyono (2017), penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dilakukan pada kondisi alamiah, dan lebih menekankan pada makna serta proses daripada hasil akhir.

Lokasi penelitian dilakukan di BTN Kantor Cabang Surabaya yang merupakan outlet prioritas terbesar di Indonesia dan tergolong Kantor Cabang Kelas 1. Pemilihan lokasi ini dimaksudkan agar peneliti dapat secara langsung mengamati penerapan inovasi dalam pelayanan, serta memahami bagaimana keunggulan layanan *Platform Plus* berdampak terhadap citra dan kualitas pelayanan di mata nasabah. Fokus penelitian diarahkan untuk menganalisis inovasi tersebut menggunakan teori karakteristik inovasi e-government dari Rokhman (2011), yang meliputi aspek keuntungan relatif, citra, kompatibilitas, kemudahan penggunaan, dan intensitas penggunaan.

Subjek penelitian dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sesuai dengan topik penelitian. Subjek terdiri dari pejabat BTN Prioritas yang terlibat langsung dalam inovasi, serta nasabah prioritas yang menggunakan layanan tersebut. Dengan menghadirkan perspektif dari kedua pihak ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman menyeluruh tentang efektivitas dan tantangan dalam implementasi layanan digital perbankan tersebut.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, didukung oleh alat bantu seperti pedoman wawancara, alat perekam, catatan lapangan, dan kamera. Hal ini sesuai dengan pendapat Soegiyono (2011), yang menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama yang menginterpretasikan data secara langsung. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap interaksi layanan, serta dokumentasi terhadap dokumen resmi yang mendukung validitas data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan mengacu pada pendapat Sugiyono (2014), yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali persepsi mendalam dari nasabah dan pegawai, sementara observasi digunakan untuk melihat langsung praktik pelayanan *Platform Plus*. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder dari arsip resmi BTN, sehingga diperoleh gambaran utuh tentang bagaimana inovasi tersebut dirancang dan dijalankan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan pendekatan induktif. Langkah-langkah analisis data

meliputi pengumpulan data, penyajian dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan kesimpulan yang divalidasi melalui triangulasi teknik. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2011), analisis kualitatif bertujuan untuk menyusun data agar menjadi lebih mudah dipahami dan bisa dikomunikasikan secara logis dan mendalam. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan inovasi pelayanan perbankan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Inovasi Layanan Platform Plus by BTN Prioritas di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong kemudahan dan efisiensi kerja, termasuk dalam sistem e-government. BTN memanfaatkan kemajuan ini melalui inovasi layanan *Plus by BTN Prioritas*, sebuah platform digital mandiri untuk nasabah prioritas yang dapat diakses 24 jam melalui website dan aplikasi. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga mengantarkan BTN meraih berbagai penghargaan internasional. BTN terus menyesuaikan layanannya dengan kebutuhan nasabah yang beragam serta dinamika pasar, termasuk menyediakan bantuan melalui Super Admin Plus bagi nasabah yang mengalami kendala.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas mengenai inovasi *Plus by BTN Prioritas*, dapat dilakukan analisis penerapan inovasi menggunakan indikator penelitian menurut Rokhman (2011), sebagai berikut :

1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Inovasi layanan Platform Plus by BTN Prioritas diluncurkan sebagai respons terhadap kebutuhan nasabah yang beragam dan untuk meningkatkan daya saing di pasar perbankan. Menurut Bapak Yan Putro, Departement Head of Segmentation Wealth Management Division, latar belakang inovasi ini didasarkan pada analisis kompetitor yang menunjukkan bahwa bank-bank lain memiliki fokus yang berbeda-beda, seperti traveling atau kuliner. Namun, tidak semua nasabah menikmati satu jenis benefit tertentu. Oleh karena itu, BTN Prioritas menciptakan Platform Plus yang menyediakan berbagai pilihan layanan dalam satu aplikasi, sehingga nasabah tidak perlu berpindah bank untuk mendapatkan manfaat yang mereka inginkan.

Sebelum adanya Platform Plus, layanan yang diberikan masih bersifat manual dan terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bapak Emanuel Hening Wijaya Putra, Value Added Service Officer, menjelaskan bahwa sistem sebelumnya mengharuskan nasabah untuk melalui proses yang rumit, seperti sistem reimburse untuk benefit tertentu. Dengan adanya inovasi ini, nasabah kini dapat memilih dan menukarkan benefit sesuai keinginan mereka dengan lebih mudah. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi ini

tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga meningkatkan kepuasan nasabah.



Gambar 5. Acara Peresmian Platform Plus by
BTN Prioritas
Sumber: Economic Zone

Tujuan dari peluncuran Platform Plus adalah untuk meningkatkan layanan dan loyalitas nasabah. Bapak Yan Putro menekankan bahwa layanan ini memberikan kemudahan akses 24 jam melalui website dan aplikasi, memungkinkan nasabah untuk memilih benefit yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bapak Moch Amin, seorang nasabah prioritas, yang menyatakan bahwa akses yang mudah dan efisien membuat layanan ini lebih efektif. Dengan demikian, Platform Plus tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan yang diterima oleh nasabah.

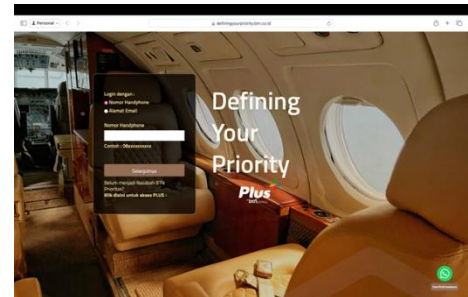


Gambar 6. Layanan nasabah penukaran benefit
melalui Plus by BTN Prioritas
Sumber: Dokumentasi BTN Prioritas Kantor
Cabang Surabaya

Sejak diluncurkan pada Februari 2022, Platform Plus telah terbukti meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan layanan. Bapak Burhan, nasabah BTN Prioritas, mengungkapkan bahwa layanan ini mempermudah proses penukaran benefit dan privilege, yang sebelumnya memerlukan waktu dan usaha lebih. Selain itu, Ferlany, Priority Banking Relationship Manager, menambahkan bahwa platform ini juga membantu dalam pengelolaan permintaan nasabah, sehingga proses menjadi lebih terkontrol dan efisien.

Dengan adanya inovasi ini, BTN Prioritas berharap dapat memperbaiki kualitas layanan dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi

nasabah. Proses adaptasi terhadap penggunaan Platform Plus berlangsung cepat, berkat sosialisasi yang dilakukan kepada nasabah prioritas. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi ini tidak hanya bermanfaat bagi nasabah, tetapi juga bagi pihak bank dalam meningkatkan layanan mereka.



Gambar 7. Tampilan Pop up layanan pengaduan
nasabah
Sumber: Defining Your Priority

Secara keseluruhan, penerapan Platform Plus by BTN Prioritas menunjukkan keuntungan relatif yang signifikan dibandingkan dengan sistem layanan sebelumnya. Menurut Kotler dan Keller, keuntungan relatif adalah tingkat di mana inovasi tampak lebih baik daripada produk sebelumnya. Dengan kemudahan akses, pilihan yang lebih beragam, dan efisiensi yang meningkat, Platform Plus diharapkan dapat diadopsi dengan cepat oleh nasabah dan menjadi solusi yang efektif dalam memenuhi kebutuhan mereka.

2. *Image* (Gambaran / Citra)

Citra layanan atau image dalam konteks inovasi Plus by BTN Prioritas merujuk pada persepsi nasabah dan masyarakat terhadap kualitas dan eksklusivitas layanan digital terbaru dari BTN Prioritas. Citra ini dibentuk melalui berbagai strategi komunikasi, pelatihan internal, serta promosi yang menyasar segmen pasar tertentu. Menurut Katz (dalam Soemirat & Ardianto, 2004), “citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.” Dalam hal ini, peluncuran platform digital Plus bukan sekadar inovasi teknis, tetapi juga bagian dari strategi membentuk citra BTN Prioritas sebagai layanan perbankan modern, personal, dan bernilai tambah tinggi.

Pengenalan platform Plus by BTN Prioritas telah dimulai sebelum peluncurannya pada Februari 2022. Sosialisasi internal dilakukan terlebih dahulu kepada pegawai unit prioritas dan divisi wealth management agar mereka dapat memberikan edukasi teknis dan layanan terbaik kepada nasabah. Ini sejalan dengan prinsip internal branding dalam pembentukan citra, di mana “persepsi pelanggan terhadap perusahaan sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan karyawan” (Balmer & Gray, 2003). Pelatihan

internal juga berfungsi sebagai pondasi komunikasi eksternal yang efektif.

Upaya eksternal mencakup sosialisasi online dan offline. Strategi digital digunakan melalui berbagai kanal seperti Instagram, YouTube, dan situs web resmi BTN, sedangkan strategi tatap muka dilakukan lewat event gathering rutin. Event ini dikemas sebagai aktivitas terpadu yang tidak hanya mengenalkan produk baru tetapi juga menciptakan pengalaman interaktif langsung antara nasabah dan staf BTN. Hal ini mendukung teori dari Keller (2003) mengenai customer-based brand equity, di mana pengalaman nyata berperan penting dalam pembentukan citra positif.



Gambar 8. Dokumentasi Aktivitas Terpadu BTN Prioritas
Sumber: Dokumentasi BTN Prioritas Kantor Cabang Surabaya

Salah satu pendekatan kunci dalam membentuk brand image adalah penggunaan figur publik. BTN menggandeng Darius Sinathrya sebagai brand ambassador untuk memperkuat kesan eksklusif dan profesional. Penggunaan figur publik dalam komunikasi pemasaran terbukti dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap layanan dan produk (McCracken, 1989). Dalam hal ini, kehadiran Darius tidak hanya sebagai wajah promosi, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup modern yang dihubungkan dengan layanan prioritas BTN.

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi dan promosi Plus by BTN Prioritas dinilai efektif dalam membentuk citra BTN sebagai penyedia layanan keuangan yang adaptif terhadap perkembangan digital dan kebutuhan nasabah. Strategi pelibatan langsung, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan figur publik telah mendukung pencapaian citra profesional dan terpercaya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah eksisting serta menarik nasabah baru untuk bergabung dalam segmen BTN Prioritas.

3. *Compatibility* (Tingkat Kesesuaian)

Indikator compatibility atau tingkat kesesuaian dalam penelitian ini mengukur sejauh mana inovasi Platform Plus by BTN Prioritas sesuai dengan nilai, pengalaman, serta gaya hidup nasabah prioritas. Tingkat kesesuaian ini penting karena dapat mempengaruhi penerimaan nasabah terhadap inovasi baru. Menurut Wang et al. (2017), compatibility adalah sejauh mana suatu teknologi

baru cocok dengan kebutuhan dan kebiasaan pengguna sebelumnya. Dalam hal ini, layanan Plus by BTN Prioritas dikembangkan agar sejalan dengan ekspektasi dan kebutuhan segmen nasabah premium yang menginginkan kemudahan, fleksibilitas, dan layanan personalisasi.

Platform Plus berfungsi sebagai pusat layanan digital bagi nasabah BTN Prioritas untuk melakukan penukaran berbagai benefit dan privilege. Hal ini memberikan keleluasaan kepada nasabah untuk menyesuaikan hadiah atau layanan dengan gaya hidup dan kebutuhannya masing-masing, tanpa harus melalui prosedur manual. Tersedianya akses mandiri melalui platform online memperkuat integrasi antara kebutuhan teknologi dan ekspektasi pelayanan premium. Ini sesuai dengan temuan Kotler dan Keller (2016), bahwa personalisasi layanan berdasarkan preferensi pelanggan akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan secara signifikan.

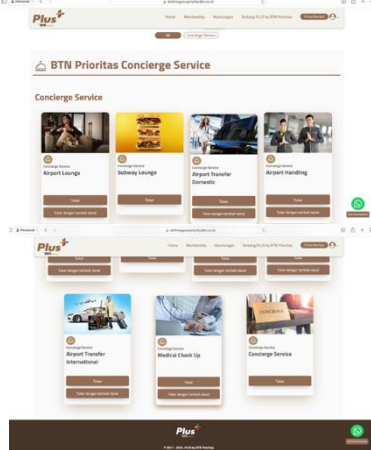


Gambar 9. Benefit dan *Privilege* Nasabah pada *Booklet* BTN Prioritas edisi bulan Mei 2025
Sumber : *Booklet* BTN Prioritas Edisi Mei 2025

Layanan yang ditawarkan BTN melalui platform Plus mencakup berbagai segmen gaya hidup seperti kesehatan, hiburan, elektronik, fashion, dan perhiasan, serta pilihan hadiah untuk momen istimewa seperti ulang tahun. Nasabah dapat memilih reward dalam bentuk voucher, logam mulia, gadget, dan produk lainnya yang sesuai dengan preferensinya. Ini menciptakan pengalaman personalisasi yang eksklusif bagi setiap nasabah. Menurut Rogers (2003), tingkat adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh tingkat kecocokan layanan dengan nilai dan kebutuhan pengguna - hal ini tercermin dalam pendekatan BTN.

Kemudahan akses layanan yang sepenuhnya berbasis digital juga mencerminkan adaptasi BTN terhadap tren digitalisasi gaya hidup masyarakat

urban dan kelas atas. Nasabah tidak hanya mengakses layanan kapan saja dan di mana saja, tetapi juga mendapatkan pengalaman layanan yang seamless dan premium. Hal ini sejalan dengan konsep tech-based customer experience yang dikembangkan oleh Lemon dan Verhoef (2016), di mana pengalaman pelanggan yang didukung oleh teknologi tinggi menciptakan nilai tambah yang kuat dalam persaingan pasar jasa keuangan.



Gambar 10. Ragam Hadiah Hari Istimewa untuk Nasabah

Sumber: Dokumentasi BTN Prioritas KC Surabaya

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi Platform Plus by BTN Prioritas telah menunjukkan tingkat compatibility yang tinggi terhadap gaya hidup, nilai, dan kebutuhan nasabah. Platform ini tidak hanya sekadar layanan teknologi, tetapi menjadi representasi dari transformasi pelayanan berbasis preferensi personal dan eksklusivitas. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta memperkuat citra BTN Prioritas sebagai penyedia layanan keuangan yang adaptif dan relevan dalam era digital.

4. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

Indikator ease of use dalam penelitian ini merujuk pada sejauh mana inovasi layanan digital Platform Plus by BTN Prioritas mudah digunakan oleh nasabah maupun pegawai dalam operasionalnya. Menurut Ozturk et al. dalam Juliana et al. (2020), ease of use adalah “sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu terbebas dari kesusahan seperti mudah dipahami atau digunakan.” Dalam konteks ini, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan adopsi platform, terutama oleh segmen nasabah prioritas yang membutuhkan layanan efisien dan praktis.

Platform Plus telah dirancang untuk dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti smartphone, laptop, dan komputer, menjadikannya fleksibel bagi nasabah dalam berbagai kondisi. Akses dilakukan melalui laman resmi <https://definingyourpriority.btn.co.id> atau

aplikasi Bale by BTN. Desain antarmuka yang responsif dan navigasi yang jelas menjadikan proses penukaran benefit lebih cepat dan efisien, sejalan dengan prinsip desain berbasis pengalaman pengguna (UX). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh langsung terhadap niat dan intensitas seseorang dalam menggunakan teknologi.



Gambar 11. Tampilan Awal Platform Plus & Akses Melalui Aplikasi Bale by BTN
Sumber: <https://definingyourpriority.btn.co.id> & Aplikasi Bale by BTN

Tidak hanya diakses secara mandiri oleh nasabah, Platform Plus juga memberikan akses khusus bagi pegawai BTN melalui Super Admin, terutama bagi nasabah yang memerlukan bantuan langsung. Akses ini mendukung pelayanan hybrid-kombinasi antara layanan digital dan personal assistance. Dengan model ini, BTN mempertahankan pendekatan humanis yang penting dalam layanan keuangan premium, sekaligus mengoptimalkan efisiensi digitalisasi. Selain itu, terdapat video tutorial resmi BTN di YouTube untuk mempermudah pemahaman nasabah dalam menggunakan platform ini.

Guna memastikan layanan berjalan tanpa hambatan, BTN juga menyediakan fitur pengaduan melalui Plus Assistant, yang terintegrasi langsung dengan WhatsApp. Kanal pengaduan ini dirancang agar nasabah dapat menyampaikan kendala secara real-time dan langsung mendapat solusi, seperti kendala OTP atau keterlambatan email konfirmasi. Sistem ini mencerminkan pendekatan customer-centric, di mana kecepatan dan kejelasan dalam menanggapi keluhan menjadi prioritas utama (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Secara keseluruhan, penerapan Platform Plus by BTN Prioritas telah menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi. Nasabah diberikan keleluasaan dalam akses, panduan visual, dan bantuan langsung apabila dibutuhkan. Bagi pihak internal, sistem ini memperluas kapasitas layanan dan mengurangi beban administratif yang sebelumnya dilakukan secara manual. Dengan demikian, kemudahan penggunaan platform ini tidak hanya mendorong tingkat adopsi oleh nasabah, tetapi juga menciptakan ekosistem pelayanan prioritas yang

efisien dan responsif dalam mendukung kepuasan pelanggan.

5. *Use of intensions* (Intensitas)

Inovasi digital Platform Plus by BTN Prioritas mencerminkan transformasi layanan dari sistem manual ke sistem berbasis digital demi meningkatkan kenyamanan nasabah. Sebelum inovasi ini diterapkan, seluruh proses terkait benefit dan privilege masih dilakukan secara manual. Namun, seiring dengan tuntutan era digital, BTN berupaya menghadirkan solusi layanan berbasis teknologi. Sebagaimana dijelaskan oleh Yan Putro, "...kita harus mengikuti perkembangan digital pada era ini... dan terbentuklah layanan secara online... Platform website itu." (Wawancara, April 2025). Hal ini menjadi bukti bahwa inovasi muncul dari kebutuhan untuk menjawab tantangan zaman serta mendorong efisiensi pelayanan.

Setelah tiga tahun berjalan, Platform Plus yang awalnya hanya berbasis website, kini telah terintegrasi dalam aplikasi Bale by BTN. Integrasi ini menjadi bentuk pengembangan layanan yang lebih praktis dan sesuai dengan kebiasaan digital nasabah. Seperti dikatakan kembali oleh Yan Putro, "...hal tersebut merupakan bentuk pengembangan... agar nasabah tidak perlu ke website jadi langsung bisa klik dari aplikasi Bale." (Wawancara, April 2025). Kepraktisan ini pun dirasakan oleh nasabah seperti Burhan yang menyatakan bahwa kini ia dapat mengakses layanan cukup melalui aplikasi tanpa perlu mengetik ulang di browser.

Berdasarkan data BTN Kantor Cabang Surabaya, dari total 1.097 nasabah prioritas, sebanyak 814 nasabah (sekitar 74%) telah menggunakan layanan Platform Plus, sementara 283 belum. Tingkat adopsi yang tinggi ini menunjukkan bahwa transformasi digital BTN cukup berhasil menarik minat nasabah untuk berpindah dari sistem manual ke sistem digital. Data ini juga memperlihatkan adanya kesenjangan intensitas penggunaan antara nasabah dengan level membership tinggi seperti platinum hingga prime, dibandingkan dengan nasabah level gold dan basic.

Tabel 1. Data Nasabah BTN Prioritas Surabaya dalam pengaksesan Plus by BTN Prioritas

Level membership	Jumlah Nasabah	Sudah	Belum
Prime	47	43	4
Titanium	34	34	0
Platinum	138	127	11
Gold	605	464	141
Basic/Dropfun	273	146	127
Total	1097	814	283

Sumber : Laporan Data AUM Maret 2025 BTN kantor cabang Surabaya

Keterangan:

1. Prime : AUM sama dengan atau lebih dari 10 M
2. Titanium : AUM sama dengan atau lebih dari 5 M
3. Platinum : AUM sama dengan atau lebih dari 2 M
4. Gold : AUM 500 juta – kurang dari 2 M
5. Basic : AUM kurang dari 500 juta

Pembedaan tingkatan nasabah ini ternyata menjadi strategi efektif dalam memetakan perilaku penggunaan layanan digital. Seperti dikemukakan Yan Putro, nasabah prime dan platinum memiliki loyalitas serta kesadaran lebih tinggi terhadap benefit yang mereka terima, sehingga lebih terdorong memanfaatkan Platform Plus. Segmentasi ini sebelumnya hanya terbatas pada gold dan platinum, namun kemudian berkembang untuk mengakomodasi preferensi layanan yang lebih personal dan eksklusif. Strategi ini selaras dengan pendapat Nguyen (2020) bahwa intention to use berkaitan erat dengan kesadaran individu terhadap manfaat layanan serta kemudahan penggunaannya.

Dengan demikian, indikator use intention dalam penelitian ini tidak hanya menjelaskan perbandingan intensitas penggunaan layanan sebelum dan sesudah inovasi, tetapi juga menyoroti dampak langsung digitalisasi terhadap kualitas layanan. Inovasi ini memperlihatkan bagaimana BTN tidak hanya sekadar mentransformasi teknis layanan, tetapi juga melakukan pendekatan strategis melalui segmentasi nasabah, integrasi layanan, dan peningkatan efisiensi sebagai bentuk komitmen dalam memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah prioritas.

PENUTUP

Simpulan

Berikut adalah ringkasan dari hasil penelitian mengenai inovasi layanan *Platform Plus* by BTN Prioritas Kantor Cabang Surabaya berdasarkan lima indikator karakteristik *inovasi e-government* menurut Rokhman (2011):

1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif): Inovasi ini memberikan kemudahan dan efisiensi baik bagi pegawai maupun nasabah. Pegawai lebih mudah mengelola layanan karena nasabah bisa menukarkan benefit dan privilege secara mandiri, sementara nasabah dapat mengakses layanan kapan pun dan di mana pun secara online.
2. *Image* (Citra): BTN Prioritas membangun citra positif dengan sosialisasi intensif melalui media online, offline, event bulanan, dan pemasangan iklan (dengan brand ambassador Darius). Hal ini berdampak pada peningkatan kepercayaan dan pengenalan layanan kepada publik.

3. *Compatibility* (Kesesuaian): Platform Plus dianggap sesuai dengan gaya hidup, pengalaman, dan kebutuhan nasabah prioritas. Sistem ini berbasis web dan menyediakan banyak pilihan penukaran yang relevan dengan gaya hidup modern seperti kesehatan, olahraga, dan hiburan.
 4. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan): Penggunaan platform ini mudah diakses melalui berbagai perangkat. BTN juga menyediakan video tutorial dan fitur “Plus Assistant” di website untuk membantu nasabah yang mengalami kesulitan.
 5. *Use Intention* (Intensitas Penggunaan): Sejak diluncurkan pada Februari 2022, penggunaan platform menunjukkan tren positif. Hingga Maret 2025, sebanyak 814 nasabah telah memanfaatkan layanan ini untuk penukaran benefit dan privilege.
- Penerapan *Platform Plus* by BTN Prioritas sangat baik dan sesuai dengan prinsip e-government, terbukti dari kemudahan akses, kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, dan meningkatnya citra positif BTN Prioritas.

Saran

1. Perpanjangan Waktu *Redeem* OTP: Durasi OTP untuk penukaran hadiah hari istimewa diusulkan diperpanjang dari 60 detik menjadi 5 menit agar lebih ramah bagi nasabah lanjut usia.
2. Sinkronisasi Durasi Akses: Akses Plus melalui *Bale By* BTN diusulkan mengikuti durasi web, bukan durasi aplikasi, agar tidak mudah *log out* saat pemilihan hadiah.
3. Percepatan Pengiriman *E-Voucher*: Proses pengiriman e-voucher melalui email diusulkan dipercepat dari SLA 1x24 jam menjadi hanya 60 detik setelah penukaran.
4. Notifikasi *Dropfund*: Diharapkan ada fitur notifikasi dari Plus apabila saldo nasabah turun di bulan sebelumnya, sebagai pengingat untuk menjaga saldo.
5. Penambahan Menu *Train Executive Lounge*: Usulan penambahan fasilitas lounge kereta eksekutif pada platform karena beberapa nasabah prioritas menggunakan moda transportasi tersebut dan beberapa stasiun telah menyediakan lounge.

DAFTAR PUSTAKA

- Achimba, O. J., Iweka, A. C., & Ijeoma, N. B. (2014). *Innovative banking services and customer satisfaction in Nigeria: A case study of selected banks in Anambra State*. Journal of Economics and Sustainable Development, 5(21), 1–12.
- Balmer, J. M. T., & Gray, E. R. (2003). *Corporate brands: What are they? What of them?*. European Journal of Marketing, 37(7/8), 972–997.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Hinson, R., Mohammed, A. M., & Mensah, R. (2006). *Determinants of bank selection: A study of*

university students in Ghana. Journal of Services Research, 6(Special Issue), 75–92.

- Juliana, M., Wibowo, S. S., & Fahlevi, H. (2020). *The effect of perceived ease of use and perceived usefulness on user satisfaction through intention to use e-wallet*. International Journal of Cyber and IT Service Management, 1(2), 240–249.
- Karsh, B., Behnam, M., & Tetteh, M. (2020). *The evolution of FinTech: A review of trends, challenges, and research*. Journal of Innovation and Technology, 3(1), 45–59.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kompasiana.com. (2024). *Perkembangan teknologi keuangan dan dampaknya pada sektor perbankan*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding customer experience throughout the customer journey*. Journal of Marketing, 80(6), 69–96.
- McCracken, G. (1989). *Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process*. Journal of Consumer Research, 16(3), 310–321.
- Nguyen, T. M. (2020). *Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam*. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(2), 205–212.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Rokhman, A. (2011). *The influence of perceived characteristics of e-government on e-government adoption in Indonesia*. International Conference on Telecommunication Technology and Applications, 5, 89–92.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2004). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.