



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 26418-26423

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Digital PT Bank Central Asia Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Transformasi Digital

Irma Nuraliyya¹, Hilmi Herdiana², Kalista Nuraini Putri³, Reydha Arilia Ramanandita⁴, Yoyo Sudaryo⁵,
Eko Djoko Prabowo⁶

¹⁻⁶Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun

inuraliyya@gmail.com, amiii.hrdnhlm@gmail.com, kalistanurainiputri1@gmail.com, reydhaar@gmail.com,
yoyo.sudaryo@inaba.ac.id, eko.djoko.prabowo@corp.bri.co.id

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah industri perbankan menjadi lebih inovatif, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. PT Bank Central Asia Tbk (BCA) sebagai salah satu bank swasta terbesar di Indonesia menerapkan berbagai strategi digital untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing di tengah perkembangan teknologi finansial yang semakin pesat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital BCA, mengidentifikasi kendala implementasinya, serta mengevaluasi pengaruhnya terhadap daya saing perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur dengan memanfaatkan berbagai sumber sekunder, seperti jurnal ilmiah, laporan tahunan BCA, publikasi resmi perusahaan, dan referensi lain yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi digital BCA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital BCA berfokus pada pengembangan layanan digital banking, digital payment, pemanfaatan Artificial Intelligence melalui Virtual Assistant VIRA, serta implementasi Open API yang mendukung kolaborasi dengan perusahaan fintech dan e-commerce. Strategi tersebut mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan, meningkatkan kepuasan nasabah, serta memperkuat posisi kompetitif BCA di industri perbankan. Meskipun demikian, BCA masih menghadapi tantangan berupa tingginya kebutuhan investasi teknologi, risiko keamanan siber, integrasi sistem legacy, dan kesiapan sumber daya manusia. Secara keseluruhan, strategi transformasi digital yang diterapkan BCA terbukti berperan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di era transformasi digital.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Strategi Digital, Perbankan, Fintech, Analisis SWOT

1. Latar Belakang

Transformasi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perubahan pada berbagai sektor industri, termasuk industri perbankan. Perkembangan teknologi informasi, internet, *Artificial Intelligence* (AI), *cloud computing*, *big data*, serta *Financial Technology* (Fintech) telah mengubah cara lembaga keuangan menjalankan aktivitas bisnis dan memberikan layanan kepada nasabah. Layanan perbankan yang sebelumnya didominasi oleh transaksi tatap muka kini beralih menjadi layanan digital yang lebih cepat, praktis, aman, dan dapat diakses kapan saja melalui berbagai perangkat elektronik. Perubahan tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional bank, tetapi juga mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan (Verhoef et al., 2021).

Di Indonesia, transformasi digital pada sektor perbankan berkembang sangat pesat seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan telepon pintar. Pertumbuhan ekonomi digital, peningkatan transaksi pembayaran digital, serta berkembangnya ekosistem *fintech* mendorong masyarakat untuk semakin memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital. Pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga terus mendorong digitalisasi sistem pembayaran melalui implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), digital banking, serta berbagai kebijakan yang mendukung inovasi layanan keuangan digital. Kondisi tersebut menjadikan transformasi digital sebagai kebutuhan strategis bagi setiap institusi perbankan agar mampu mempertahankan daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis (Otoritas Jasa Keuangan, 2021; Bank Indonesia, 2024).

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang secara konsisten mengembangkan inovasi digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Dalam beberapa tahun terakhir, BCA berhasil membangun berbagai layanan digital seperti m-BCA, KlikBCA, myBCA, Sakuku, QRku, OneKlik, blu by BCA Digital, serta Virtual Assistant VIRA. Berbagai inovasi tersebut tidak hanya memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan layanan perbankan yang lebih efektif, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Selain itu, BCA juga menerapkan strategi *Open API* untuk memperluas kolaborasi dengan perusahaan *fintech* dan *e-commerce*, sehingga mampu membangun ekosistem digital yang semakin terintegrasi (PT Bank Central Asia Tbk, 2024).

Secara konseptual, transformasi digital merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah proses bisnis, model organisasi, serta cara perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan. Transformasi digital tidak hanya terbatas pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan budaya organisasi, strategi bisnis, pengelolaan sumber daya manusia, penguatan keamanan informasi, serta peningkatan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Pada sektor perbankan, transformasi digital menjadi faktor penting karena mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, memperluas akses layanan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat hubungan antara bank dengan nasabah. Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital akan berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri keuangan.

Meskipun demikian, implementasi strategi digital juga menghadapi berbagai tantangan yang tidak dapat diabaikan. Persaingan antara bank konvensional, bank digital, dan perusahaan *fintech* semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi keuangan. Selain itu, ancaman keamanan siber, risiko kebocoran data, perubahan regulasi, tingginya kebutuhan investasi teknologi, serta keberadaan sistem *legacy* menjadi hambatan yang harus dikelola secara berkelanjutan. Perusahaan juga dituntut untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia agar mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya membutuhkan investasi pada teknologi, tetapi juga memerlukan kesiapan organisasi secara menyeluruh agar implementasi strategi digital dapat berjalan secara efektif.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan daya saing perusahaan di sektor perbankan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada implementasi teknologi tertentu, seperti *mobile banking*, *internet banking*, atau *financial technology*, tanpa mengkaji strategi digital perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, penelitian yang membahas bagaimana integrasi berbagai inovasi digital, seperti digital banking, digital payment, Artificial Intelligence, dan Open API, berkontribusi terhadap peningkatan daya saing perusahaan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi digital yang diterapkan oleh BCA dalam menghadapi era transformasi digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi implementasi strategi digital PT Bank Central Asia Tbk. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai posisi strategis BCA dalam menghadapi persaingan industri perbankan digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implementasi strategi digital berdasarkan berbagai sumber ilmiah dan dokumen resmi perusahaan.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai transformasi digital dan strategi daya saing pada sektor perbankan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi manajemen BCA maupun institusi perbankan lainnya dalam merumuskan strategi transformasi digital yang lebih efektif, meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat keamanan sistem informasi, serta mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*) untuk mengkaji strategi digital PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dalam meningkatkan daya saing pada era transformasi digital. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai implementasi strategi digital berdasarkan berbagai referensi ilmiah dan dokumen resmi yang

relevan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan fenomena transformasi digital secara sistematis serta menginterpretasikan berbagai informasi yang diperoleh dari sumber-sumber pustaka tanpa melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi. Sumber data meliputi jurnal ilmiah, laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk, publikasi resmi perusahaan, artikel ilmiah, prosiding, serta literatur yang membahas transformasi digital, *financial technology (fintech)*, strategi digital, dan daya saing perusahaan. Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi tahun 2021–2025 agar data yang dianalisis sesuai dengan perkembangan transformasi digital di sektor perbankan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai referensi yang relevan, menyeleksi sumber berdasarkan kesesuaian topik, kredibilitas penerbit, serta keterkaitan dengan tujuan penelitian, kemudian mengelompokkan informasi yang diperoleh sesuai fokus pembahasan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang telah diperoleh diseleksi dan difokuskan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan strategi digital BCA. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel agar memudahkan proses interpretasi. Untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan, penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi implementasi strategi digital BCA. Hasil identifikasi tersebut kemudian disusun ke dalam matriks SWOT sebagai dasar dalam merumuskan alternatif strategi yang dapat mendukung peningkatan daya saing PT Bank Central Asia Tbk di era transformasi digital. Melalui tahapan analisis tersebut diharapkan diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas strategi digital BCA dalam menghadapi dinamika industri perbankan digital.

3. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil studi literatur, strategi digital PT Bank Central Asia Tbk (BCA) difokuskan pada pengembangan layanan berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing perusahaan di era transformasi digital. Strategi tersebut diwujudkan melalui pengembangan layanan *digital banking*, *digital payment*, pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)*, serta implementasi *Open API* yang mendukung kolaborasi dengan perusahaan *fintech* maupun *e-commerce*. Berbagai inovasi tersebut menunjukkan bahwa BCA tidak hanya melakukan digitalisasi layanan, tetapi juga membangun ekosistem digital yang mampu memberikan nilai tambah bagi nasabah dan mitra bisnis. Penerapan strategi ini menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan layanan keuangan digital. Melalui integrasi teknologi pada berbagai layanan perbankan, BCA mampu menghadirkan proses transaksi yang lebih cepat, mudah, aman, dan efisien sehingga dapat meningkatkan pengalaman nasabah. Selain itu, transformasi digital yang dilakukan juga berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas operasional perusahaan melalui otomatisasi berbagai proses bisnis, sekaligus memperkuat posisi BCA dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan digital.

Tabel 1. Implementasi Strategi Digital PT Bank Central Asia Tbk

Strategi Digital	Implementasi
Digital Banking	Pengembangan m-BCA, myBCA, dan KlikBCA untuk memudahkan transaksi perbankan secara digital.
Digital Payment	Penyediaan QRku, Sakuku, dan OneKlik untuk mendukung transaksi non-tunai.
Artificial Intelligence	Pemanfaatan Virtual Assistant VIRA, sistem deteksi <i>fraud</i> , dan analisis perilaku nasabah.
Open Banking	Implementasi Open API untuk integrasi layanan dengan perusahaan <i>fintech</i> dan <i>e-commerce</i> .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan layanan *digital banking* menjadi salah satu strategi utama BCA dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Melalui aplikasi m-BCA, myBCA, dan KlikBCA, berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, investasi, hingga pembukaan rekening dapat dilakukan secara cepat tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Kemudahan tersebut memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis sekaligus meningkatkan kepuasan nasabah. Selain meningkatkan kualitas layanan, digitalisasi juga mampu mempercepat proses bisnis, mengurangi waktu tunggu pelayanan, serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dengan tersedianya layanan selama 24 jam, nasabah memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam melakukan aktivitas perbankan tanpa dibatasi oleh waktu maupun lokasi. Kondisi ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif BCA dalam menghadapi perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan layanan digital.

Selain layanan *digital banking*, BCA juga memperkuat sistem pembayaran digital melalui QRku, Sakuku, dan OneKlik. Kehadiran layanan tersebut mendukung peningkatan penggunaan transaksi non-tunai yang terus berkembang di Indonesia. Integrasi dengan standar QRIS memperluas penggunaan layanan pembayaran digital sehingga transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan aman. Strategi ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah, tetapi juga memperluas jangkauan layanan BCA kepada pelaku usaha dan masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital. Pengembangan layanan pembayaran digital juga mendukung program pemerintah dalam mendorong terciptanya masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) serta memperkuat posisi BCA sebagai salah satu penyedia layanan pembayaran digital terbesar di Indonesia.

Pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* melalui Virtual Assistant VIRA memberikan nilai tambah terhadap pelayanan pelanggan. VIRA mampu memberikan informasi dan menjawab berbagai pertanyaan nasabah selama 24 jam sehingga meningkatkan kualitas layanan tanpa bergantung pada jam operasional kantor cabang. Selain berfungsi sebagai layanan informasi, teknologi AI juga dimanfaatkan untuk mendukung sistem deteksi *fraud*, analisis perilaku nasabah, personalisasi layanan, serta peningkatan keamanan transaksi digital. Melalui analisis data secara real-time, BCA dapat mengidentifikasi aktivitas transaksi yang tidak wajar sehingga mampu meminimalkan potensi tindak kejahatan siber. Pemanfaatan AI juga membantu perusahaan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah sehingga layanan yang diberikan menjadi lebih efektif, responsif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Strategi *Open Banking* yang diterapkan melalui *Open API* memungkinkan sistem BCA terintegrasi dengan berbagai perusahaan *fintech*, *marketplace*, dan *e-commerce*. Kolaborasi tersebut memperluas ekosistem digital perusahaan sehingga layanan BCA dapat diakses melalui berbagai platform digital. Strategi ini juga membuka peluang inovasi layanan keuangan yang lebih fleksibel sesuai kebutuhan masyarakat. Melalui konsep *open banking*, perusahaan mampu menciptakan hubungan yang lebih erat dengan berbagai mitra bisnis sehingga menghasilkan layanan yang lebih inovatif dan memberikan pengalaman transaksi yang semakin terintegrasi. Implementasi strategi ini menunjukkan bahwa transformasi digital BCA tidak hanya berfokus pada pengembangan teknologi internal, tetapi juga membangun kolaborasi yang mampu meningkatkan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.

Secara keseluruhan, hasil implementasi strategi digital menunjukkan bahwa BCA berhasil mengintegrasikan berbagai teknologi digital ke dalam proses bisnis perusahaan. Pengembangan layanan digital banking, digital payment, pemanfaatan *Artificial Intelligence*, serta penerapan *Open API* saling melengkapi dalam membentuk ekosistem perbankan digital yang modern. Integrasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, keamanan transaksi, serta kemudahan akses layanan bagi nasabah. Kondisi ini memperlihatkan bahwa transformasi digital yang dilakukan BCA tidak hanya berorientasi pada penggunaan teknologi, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan sekaligus memperkuat daya saing di industri perbankan.

Selain mengidentifikasi implementasi strategi digital, penelitian ini juga menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan menggunakan analisis SWOT. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai posisi strategis BCA dalam menghadapi perkembangan industri perbankan digital. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki perusahaan, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang dapat mendukung keberlanjutan transformasi digital serta peningkatan daya saing BCA di masa mendatang.

Tabel 2. Analisis SWOT Strategi Digital PT Bank Central Asia Tbk

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Reputasi dan kepercayaan masyarakat tinggi	Membutuhkan investasi teknologi yang besar
Infrastruktur digital lengkap	Ketergantungan terhadap sistem teknologi informasi
Basis nasabah yang besar	Risiko gangguan sistem dan keamanan siber
Keamanan transaksi yang baik	Adaptasi SDM terhadap teknologi memerlukan waktu
Inovasi layanan digital berkelanjutan	Integrasi sistem <i>legacy</i> masih menjadi tantangan
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Pertumbuhan ekonomi digital	Persaingan bank digital semakin ketat
Dukungan pemerintah terhadap digitalisasi	Perkembangan <i>fintech</i> yang pesat
Kolaborasi dengan <i>fintech</i> dan <i>e-commerce</i>	Ancaman keamanan siber
Peningkatan transaksi <i>cashless</i>	Perubahan regulasi
	Perubahan perilaku konsumen yang dinamis

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa BCA memiliki kekuatan internal yang sangat baik. Reputasi perusahaan yang telah dibangun selama puluhan tahun memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Selain itu, infrastruktur digital yang terus dikembangkan memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang stabil dan mampu melayani jutaan transaksi setiap hari. Basis nasabah yang besar juga menjadi keunggulan kompetitif karena memudahkan perusahaan dalam memperkenalkan berbagai inovasi layanan digital kepada pengguna yang telah ada.

Di sisi lain, penelitian ini menemukan beberapa kelemahan yang perlu menjadi perhatian. Implementasi transformasi digital membutuhkan investasi teknologi yang sangat besar, baik untuk pengembangan sistem, peningkatan kapasitas infrastruktur, maupun penguatan keamanan siber. Selain itu, keberadaan sistem *legacy* yang telah digunakan selama bertahun-tahun memerlukan proses integrasi yang kompleks sehingga membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Adaptasi sumber daya manusia terhadap perkembangan teknologi juga menjadi tantangan yang harus diatasi melalui pelatihan dan pengembangan kompetensi secara berkelanjutan.

Dari aspek eksternal, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia memberikan peluang yang sangat besar bagi BCA untuk memperluas layanan digital. Meningkatnya penggunaan internet, transaksi *cashless*, serta dukungan pemerintah terhadap digitalisasi sistem pembayaran menjadi faktor yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan digital. Kolaborasi dengan perusahaan *fintech* dan *e-commerce* juga membuka peluang pengembangan produk dan layanan baru yang lebih inovatif.

Namun demikian, BCA juga menghadapi berbagai ancaman yang dapat memengaruhi keberhasilan transformasi digital. Persaingan dengan bank digital dan perusahaan *fintech* semakin meningkat karena masing-masing menawarkan layanan yang cepat, mudah, dan berbasis teknologi. Ancaman keamanan siber juga terus berkembang seiring meningkatnya aktivitas transaksi digital. Selain itu, perubahan regulasi dan perkembangan kebutuhan masyarakat mengharuskan perusahaan terus melakukan inovasi agar tetap kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi digital yang diterapkan BCA terbukti memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional perusahaan. Digitalisasi berbagai proses bisnis mampu mengurangi aktivitas manual

sehingga proses pelayanan menjadi lebih cepat, akurat, dan efisien. Penggunaan layanan digital juga membantu mengurangi antrean di kantor cabang serta menekan biaya operasional perusahaan melalui otomatisasi berbagai layanan perbankan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rosari et al. (2025) yang menyatakan bahwa transformasi digital menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di sektor perbankan. Hasil penelitian Sadiqin et al. (2024) juga menunjukkan bahwa penerapan teknologi finansial mampu meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan biaya operasional dan peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Selain itu, penelitian Nurafni Oktaviyah dan Akbar (2024) menjelaskan bahwa pengembangan layanan digital BCA berhasil memperkuat daya saing perusahaan melalui inovasi produk dan peningkatan pengalaman pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dipahami bahwa keberhasilan strategi digital BCA tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan inovasi, pengembangan sumber daya manusia, keamanan informasi, serta kolaborasi dengan berbagai mitra bisnis. Kombinasi faktor-faktor tersebut menciptakan ekosistem digital yang mampu mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital PT Bank Central Asia Tbk telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing perusahaan. Implementasi digital banking, digital payment, Artificial Intelligence, dan Open Banking mampu meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi operasional, serta memperkuat posisi kompetitif BCA di tengah percepatan transformasi digital industri perbankan. Dengan terus memperkuat inovasi teknologi, keamanan siber, dan pengembangan sumber daya manusia, BCA memiliki peluang besar untuk mempertahankan posisinya sebagai salah satu bank digital terdepan di Indonesia.

4. Kesimpulan

Strategi digital PT Bank Central Asia Tbk melalui pengembangan digital banking, digital payment, Artificial Intelligence, dan Open API terbukti meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, serta daya saing perusahaan. Meskipun menghadapi tantangan berupa keamanan siber, investasi teknologi, dan integrasi sistem, BCA memiliki posisi strategis yang kuat untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. BCA disarankan terus memperkuat keamanan siber, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, dan mempercepat modernisasi sistem. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan pendekatan kuantitatif serta membandingkan strategi digital BCA dengan bank lain di Indonesia.

Referensi

1. Assyakurrohim, D. 2023. *Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif*. Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i1.1951>
2. BCA. 2024. *Kredit BCA Tumbuh 17,1%, Kinerja Solid di Seluruh Segmen*. Jakarta: PT Bank Central Asia Tbk.
3. Cahyono, F.N. & Setiawan, K. 2021. *Analisis Dampak Transformasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus di PT Bank Central Asia Tbk*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
4. Hasan, M. 2023. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data*. Jurnal Terapan Pendidikan dan Pembelajaran.
5. Maria, V., Suwarni, R.T., Lani, P.M. & Saputra, V.R. 2025. *Perkembangan Bisnis Perbankan Melalui Artificial Intelligence (PT BCA Tbk)*. JIC Nusantara.
6. Mitra, A.W., Putri, A.I.P.D., Rufaedah, D.S., Santoso, H. & Fahmi, M.S. 2021. *Studi Kasus pada PT Bank Central Asia Tbk*. JABS (Jurnal Administrasi Bisnis dan Strategi).
7. Nurafni Oktaviyah & Akbar, W.A. 2024. *Analysis of the Competitive Strength of PT Bank Central Asia Tbk (BCA) through the Product Development Strategy of BCA Digital*. PA2J (Peer-reviewed Journal).
8. Rosari, R., Alvina, C. & Pawitan, G. 2025. *Transformasi Digital dan Strategi Bisnis: Mencapai Keunggulan Kompetitif di Era Perbankan Digital*. SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah, 2(12), 5415–5430.
9. Putri, R.A. 2023. *Transformasi Digital di PT Bank Central Asia: Studi Kasus Menuju Layanan Perbankan Masa Depan*.
10. Sadiqin, A., Komariyah, F. & Prasetyo, H.D. 2024. *Pengaruh Penerapan Teknologi Finansial (Fintech) terhadap Efisiensi Operasional Perbankan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Keuangan.
11. Zhannah. 2025. *Transformasi Digital dan Strategi Bisnis di Era Perbankan Digital*. SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah.
12. Bank Indonesia. 2024. *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030: Mengakselerasi Ekonomi Digital Nasional untuk Generasi Mendatang*. Jakarta: Bank Indonesia.
13. Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
14. PT Bank Central Asia Tbk. 2024. *Laporan Tahunan 2024: Propelled by Trust*. Jakarta: PT Bank Central Asia Tbk.
15. Verhoef, P.C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J.Q., Fabian, N. & Haenlein, M. 2021. *Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda*. Journal of Business Research, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>.