

Peran manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing bca melalui inovasi digital di industri perbankan nasional

Azhar Zahira Ramadhan

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
e-mail: azharzahira15@gmail.com

Kata Kunci:

Inovasi, digital, perbankan, daya saing, strategi

Keywords:

Finnovation, digital, banking, Competitiveness, strategy

ABSTRAK

Industri perbankan di Indonesia mengalami perubahan besar seiring dengan transformasi digital yang semakin berkembang. PT Bank Central Asia (BCA), sebagai salah satu bank terbesar, menghadapi tantangan untuk terus berinovasi di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi peran manajemen dalam mendorong inovasi digital di BCA serta menganalisis dampak inovasi tersebut terhadap daya saing bank di pasar perbankan nasional. Studi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan studi literatur untuk memahami konsep dan fenomena yang dihadapi BCA. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa inovasi digital seperti pengembangan API, mobile banking, serta pemanfaatan kecerdasan buatan dan robotik telah meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan nasabah, sekaligus memperkuat posisi kompetitif BCA di pasar. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi bagi bank dalam mengoptimalkan transformasi digital dan menjaga keunggulan kompetitif.

ABSTRACT

The banking industry in Indonesia is undergoing significant changes driven by rapid digital transformation. PT Bank Central Asia (BCA), as one of the largest banks, faces challenges to continuously innovate in the digital era. This research aims to explore the role of strategic management in driving digital innovation at BCA and to analyze the impact of such innovation on the bank's competitiveness in the national banking market. A descriptive qualitative approach through literature review is used to understand the concepts and phenomena faced by BCA. The findings reveal that digital innovations such as API development, mobile banking, and the use of artificial intelligence and robotics have enhanced operational efficiency and customer satisfaction, while strengthening BCA's competitive position. These insights are expected to provide strategic recommendations for banks to optimize digital transformation and maintain a competitive edge.

Pendahuluan

Industri perbankan di Indonesia kini menghadapi tantangan yang semakin besar, terutama dengan meningkatnya persaingan tidak hanya dalam hal suku bunga, tetapi juga inovasi layanan berbasis teknologi. Bank-bank berlomba-lomba mengembangkan produk digital untuk menurunkan biaya operasional sekaligus meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, berbagai promosi dan layanan inovatif digunakan untuk menarik lebih banyak nasabah, meskipun hal ini dapat meningkatkan risiko operasional, seperti ancaman terhadap stabilitas sistem. Perkembangan ini selaras dengan transformasi digital yang menjadi elemen kunci dalam perubahan industri perbankan di Indonesia.



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

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendukung perkembangan layanan digital, seperti internet *banking*, *mobile banking*, dan *e-wallet*, yang kini banyak diadopsi oleh bank-bank besar. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan perbankan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar. Namun, dengan kemajuan teknologi ini, risiko terkait keamanan data dan reputasi semakin meningkat, sehingga bank perlu memperkuat manajemen risikonya (Yudhanto et al., 2022).

Sejalan dengan tren ini, PT Bank Central Asia (BCA), sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, juga menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan era digital. Dalam beberapa tahun terakhir, BCA telah meluncurkan berbagai layanan digital untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin intens. Agar tetap unggul, BCA perlu terus berinovasi dalam menyediakan layanan berbasis teknologi yang aman dan nyaman bagi para nasabahnya (Vaddhano, 2022). Oleh karena itu, inovasi digital kini menjadi salah satu strategi utama yang tidak bisa diabaikan oleh bank mana pun. Pemanfaatan teknologi secara optimal tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi bank. Bagi BCA, memanfaatkan analisis kompetitif dan strategi inovasi digital menjadi penting untuk tetap relevan di pasar yang dinamis, sementara personalisasi layanan berbasis teknologi dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat posisi bank di industri (Safitri et al., 2024). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penting manajemen strategi dalam mendorong inovasi digital di PT Bank Central Asia (BCA), khususnya dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat di industri perbankan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dampak dari penerapan inovasi digital terhadap daya saing BCA di pasar perbankan nasional, baik dari segi efisiensi operasional maupun kepuasan nasabah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang berguna bagi BCA dan lembaga perbankan lainnya dalam mengoptimalkan penerapan strategi digital mereka, dengan fokus pada peningkatan layanan dan posisi kompetitif di industri yang semakin kompetitif.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur. Melalui analisis mendalam terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami berbagai perspektif serta temuan yang ada terkait topik yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi teori-teori, konsep-konsep, dan fenomena yang berkaitan dengan isu yang dibahas, serta mengidentifikasi bias dalam literatur yang ada. Dengan menganalisis data sekunder dari artikel, buku, dan penelitian sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman akademis.

Pembahasan

Konsep Dasar Manajemen Strategi Di Industri Perbankan

Manajemen strategi adalah suatu proses yang berkelanjutan dan kompleks yang melibatkan pengembangan, penerapan, serta penyebaran strategi dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang (Gunawan Aji et al., 2023). Di sektor

perbankan, manajemen strategi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi serta adaptabilitas bank dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Komponen Strategi Manajemen

Strategi manajemen yang efektif merupakan kunci untuk keberhasilan organisasi, termasuk bank. Dalam konteks ini, analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal bank menjadi langkah awal yang krusial. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar serta menilai kekuatan dan kelemahan internal. Faktor-faktor eksternal seperti persaingan dan perubahan preferensi konsumen perlu diperhatikan agar strategi bank dapat disesuaikan dengan kondisi pasar yang terus berubah (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan, bank dapat menetapkan tujuan serta strategi yang jelas untuk mencapai visi dan misinya.

Setelah memahami kondisi lingkungan, tahap selanjutnya adalah penentuan tujuan dan strategi yang tepat. Proses ini dimulai dengan analisis lingkungan eksternal dan internal, di mana penilaian terhadap faktor-faktor di luar kendali bank, seperti teknologi dan tren pasar, menjadi fokus utama. Sementara itu, analisis internal berfokus pada kekuatan dan kelemahan, termasuk infrastruktur teknologi dan budaya kerja. Dengan informasi yang diperoleh, bank dapat menetapkan tujuan yang spesifik dan relevan dengan visi serta misi mereka, serta merumuskan strategi bisnis untuk setiap unit bisnis strategis (SBU) (Fikri et al., 2024). Misalnya, bank syariah dapat memfokuskan diri pada pengembangan layanan digital dan penerapan teknologi *blockchain* untuk meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi (Bahanan & Wahyudi, 2023).

Setelah menetapkan tujuan dan strategi, langkah terakhir adalah implementasi dan evaluasi. Implementasi strategi melibatkan distribusi sumber daya yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi, termasuk perencanaan dan pelaksanaan program yang mendukung tujuan tersebut. Sebagai contoh, bank mungkin berinvestasi dalam pengembangan aplikasi perbankan seluler yang aman dan melatih staf untuk meningkatkan efisiensi. Evaluasi kinerja menjadi bagian penting dari strategi manajemen, di mana bank perlu terus memantau kinerjanya dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Proses ini memberikan umpan balik untuk pengambilan keputusan di masa depan, memastikan bahwa bank tetap responsif terhadap perubahan pasar dan dapat menyesuaikan strateginya agar tetap relevan (Gunawan Aji et al., 2023).

Transformasi Digital di BCA

Bank Central Asia (BCA) sebagai salah satu pelaku utama di industri perbankan Indonesia, sepenuhnya menyadari bahwa perkembangan teknologi dan layanan perbankan berbasis digital menciptakan tantangan yang signifikan. Perubahan perilaku konsumen yang semakin cenderung menggunakan layanan perbankan melalui perangkat digital menuntut BCA untuk terus berinovasi. Selain menghadapi persaingan dari perusahaan *fintech* dan platform teknologi keuangan lainnya, BCA melihat transformasi digital sebagai peluang besar untuk memperkuat keterlibatan dengan nasabah, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan loyalitas pelanggan melalui layanan inovatif dan mudah diakses. Implementasi teknologi ini juga memungkinkan

BCA meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan sistem internal, serta mengurangi biaya yang tidak perlu, yang pada akhirnya memberikan manfaat lebih bagi nasabah (Putri, 2023). Salah satu bentuk konkret dari transformasi ini adalah pengembangan aplikasi *mobile banking* BCA, yang memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi seperti transfer, pembayaran, dan pembukaan rekening secara *online* tanpa harus ke kantor cabang. Aplikasi ini terus diperbarui dengan fitur-fitur baru seperti manajemen kartu kredit, pemblokiran kartu, hingga pengajuan kenaikan limit kredit secara digital, memberikan kemudahan yang lebih besar bagi para penggunanya (Fitriyanti et al., 2022).

Digitalisasi di BCA telah mengadopsi kecerdasan buatan (AI) dalam layanan pelanggan, termasuk interaksi otomatis melalui chatbot dan personalisasi layanan. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menjadikan pengalaman nasabah lebih responsif terhadap kebutuhan mereka. Selain itu, BCA menggunakan AI untuk menganalisis data, yang membantu meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengoptimalkan operasi perbankan (Lantip, 2023). Peralihan ke digitalisasi juga memberikan dampak besar pada efisiensi operasional BCA. Dengan meningkatnya volume transaksi digital melalui internet dan *mobile banking*, BCA berhasil meningkatkan pendapatan dari biaya layanan (*fee-based income*). Ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis digital, seperti transaksi melalui internet *banking*, lebih efektif dalam meningkatkan profitabilitas dibandingkan dengan model perbankan tradisional (Cahyono, 2021).

Strategi manajemen BCA memainkan peran penting dalam mengintegrasikan inovasi digital dengan visi dan misi perusahaan. BCA berkomitmen untuk memastikan setiap investasi di bidang teknologi dan pengembangan sumber daya manusia bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan keunggulan kompetitif (Widodo & Efriyanto, 2023). Selain itu, perusahaan secara aktif memantau dan menyesuaikan strategi digitalnya agar sejalan dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan nasabah. Dengan pendekatan ini, transformasi digital BCA dapat berlangsung secara berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Peningkatan Daya Saing BCA Melalui Inovasi Digital

Berbagai inovasi digital yang diimplementasikan oleh BCA telah membawa dampak signifikan dalam meningkatkan daya saingnya di industri perbankan. Sebagai salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia sebelum era digital, BCA sudah memiliki fondasi yang kuat. Namun, seiring perkembangan teknologi, BCA semakin menegaskan posisinya melalui transformasi besar-besaran dalam strategi bisnis digitalnya. Diketahui dari situs web bca.co.id bahwa transformasi digital ini diwujudkan melalui strategi *open banking*, salah satunya dengan meluncurkan *Application Programming Interfaces* (API). API BCA adalah solusi *cash management* yang memungkinkan nasabah bisnis untuk menghubungkan aplikasi mereka langsung dengan sistem perbankan BCA secara *Host to Host* dan *real-time*. Dengan ini, nasabah bisnis bisa melakukan berbagai transaksi perbankan dengan lebih cepat, mudah, dan aman. API BCA menawarkan ratusan fitur yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan bisnis, seperti cek saldo, mutasi rekening, transfer, BCA *Virtual Account*, serta banyak fitur lainnya yang bisa ditemukan melalui portal <https://developer.bca.co.id>. API BCA yang menjadi pelopor industri

perbankan nasional, terus mendapat respon positif dari para nasabah dan masyarakat, khususnya kalangan pebisnis yang menggunakan platform digital seperti bisnis *online*, *startup*, dan *fintech*. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2017, API BCA telah melampaui lebih dari 1 miliar transaksi nasabah.

Selain strategi API, BCA juga memperkuat posisinya dengan akuisisi strategis dan peluncuran produk baru. BCA mengakuisisi PT Bank Royal pada Oktober 2019 dan peluncuran bank digital bernama Blu, yang secara khusus menargetkan segmen nasabah muda. Dalam waktu singkat, Blu berhasil menarik ratusan ribu pengguna baru. BCA juga meluncurkan berbagai layanan digital inovatif lainnya, seperti BCA Keyboard dan pembukaan rekening *online* melalui BCA Mobile, yang semakin memperluas jangkauan layanan perbankan digital BCA. (Aditya et al., 2023). Dengan terus berinovasi, BCA berhasil mempertahankan posisinya di tengah kompetisi dengan bank digital baru, seperti Revolut dan N26. Dengan memperkenalkan konsep kantor cabang masa depan yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional, BCA memastikan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan layanan nasabah, tetapi juga menciptakan model bisnis yang lebih efisien dan modern.

BCA berhasil memperkuat posisinya melalui pengembangan layanan digital seperti aplikasi BCA Mobile, fitur "*cardless withdrawal*," serta integrasi ekosistem digital yang lebih luas. Selain itu, Salah satu inovasi penting BCA adalah penerapan *Integrated Robotic System for Automatic EDC Testing* (RODEST), yang mengintegrasikan *Collaborative Robot* dan *Robotic Process Automation* (RPA) untuk melakukan pengujian mesin EDC. Teknologi ini mampu meniru aktivitas manusia, seperti menggesek kartu, memilih menu, dan memasukkan PIN. RODEST terbukti mampu mempersingkat proses yang sebelumnya memakan waktu lima hari menjadi hanya satu hari. Inovasi-inovasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang mudah diakses, tetapi juga memperluas pangsa pasar BCA. Di sisi lain, layanan-layanan premium seperti BCA Prioritas dan aplikasi investasi Welma semakin memperkuat posisi BCA sebagai pemimpin inovasi di industri perbankan. Jika dibandingkan dengan kompetitornya seperti Bank Mandiri dan BRI, BCA terbukti lebih cepat dalam mengadopsi teknologi digital. Kecepatan adopsi ini memberikan keunggulan kompetitif yang memperkuat daya saing BCA di pasar nasional maupun internasional (Vaddhano, 2022).

BCA, sebagai salah satu bank terbaik di Indonesia, terus menghadapi persaingan ketat dari kompetitornya, terutama BNI dan Bank Mandiri. Meskipun secara laba pada kuartal-I tahun 2022 BCA belum setara dengan bank milik pemerintah seperti BRI dan Bank Mandiri, manajemen BCA optimis akan meningkatkan produk seperti KPR, KKB, dan saldo *standing* kartu kredit, seiring dengan mobilitas masyarakat yang meningkat pasca Covid-19. Dalam mempertahankan keunggulan kompetitifnya, BCA mengandalkan strategi "*service excellence*" dan inovasi. Terbukti, pada November 2021, BCA menjadi satu-satunya pemenang dari Indonesia dalam *Gartner Eye on Innovation Award 2021*, berkat komitmennya dalam menyediakan produk dan layanan terbaik untuk nasabah. Melalui inovasi-inovasi yang dilakukan BCA, hal ini menunjukkan peran penting strategi manajemen dalam mempertahankan daya saing di industri perbankan nasional. Inovasi

digital yang terus dikembangkan oleh BCA menjadi kunci dalam menjaga relevansi dan posisinya sebagai salah satu pemimpin di sektor perbankan (Aditya et al., 2023).

Kesimpulan dan Saran

PT Bank Central Asia (BCA) telah berhasil menghadapi tantangan persaingan dan perkembangan teknologi di industri perbankan dengan mengimplementasikan inovasi digital. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat daya saing BCA di pasar. Inovasi seperti *mobile banking*, kecerdasan buatan, dan layanan API telah membantu BCA tetap kompetitif di era digital. Dengan strategi manajemen yang tepat, BCA mampu merespons perubahan eksternal dan terus berinovasi untuk mempertahankan posisinya sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia. Saran bagi BCA adalah untuk terus memperkuat keamanan siber, memperluas personalisasi layanan digital, dan menjalin kolaborasi lebih erat dengan perusahaan *fintech*. Selain itu, BCA juga perlu meningkatkan adopsi teknologi kecerdasan buatan dan otomatisasi dalam operasionalnya. Di masa depan, pengembangan strategi keberlanjutan juga penting untuk menjaga relevansi jangka panjang dan memenuhi tuntutan global terkait praktik keuangan yang ramah lingkungan.

Daftar Pustaka

- Aditya, P. T., Andriyadi, W., & Sidjaya, J. A. (2023). Analisis Manajemen Strategik: PT Bank Central Asia Tbk (BCA). *Jurnalku*, 3(1), 56–70. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i1.320>
- Bahanan, M., & Wahyudi, M. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Teknologi Blockchain Dalam Transaksi Keuangan Pada Perbankan Syariah. *I'Thisom Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 43–54. <https://doi.org/10.55606/religion.v1i6.830><https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/46344><https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/46344/16421182.pdf?sequence=1&isAllowed=y><https://www.ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/>
- Cahyono, F. N. (2021). Analisis Dampak Transformasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus di PT Bank Central Asia, Tbk. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/206984>
- Fikri, G. Al, Marlana, E., Fitriani, P., Aliyudin, A., & Veranita, M. (2024). Strategi Manajemen: Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.51977/ljsj.v6i1.1629>
- Fitriyanti, F., Hum, M., Kn, M., Wulan Rachmanti, V., & Mulya Amalia, N. (2022). Pengaruh Inovasi Digital (Mobile Banking) Bank Bca Dalam Industri Perbankan Pada Tahun 2020-2022 Terhadap Kepuasan Nasabah. *June*.
- Gunawan Aji, Mutiara Septi, Qorry Triyulindra, & Galuh Hayuningtyas. (2023). Kerangka Konseptual Untuk Manajemen Strategis Pada Bank Syariah Indonesia: Tinjauan Pustaka—Deskriptif. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 250–265.

<https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.747>

- Lantip, S. M. dan D. (2023). Pengaruh Ttransformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12(4), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41633%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/41633/30094>
- Putri, R. A. (2023). Transformasi Digital di PT Bank Central Asia: Studi Kasus Menuju Layanan Perbankan di Masa Depan. *Research Gate*, July.
- Safitri, N. A., Julia, R., Swinta, S., Elisah, N. N., Nadya, D., Hutapea, A., Ariyana, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2024). Strategi Inovasi Perbankan Digital dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan. *Indonesian Journal of Economics*, 1(5), 414–419.
- Sri Anugerah Natalina, & Arif Zunaidi. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178>
- Vaddhano, N. (2022). Analisis strategi kompetitif PT. Bank Central Asia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1901–1908. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2204>
- Widodo, R. S., & Efriyanto. (2023). Faktor – Faktor Penentu Nasabah Menggunakan Mesin Customer Service Digital Bank BCA di Jabodetabek. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- Yudhanto, W., Sijabat, Y. P., & Giovanni, A. (2022). Inovasi perbankan digital dan kinerja perbankan di indonesia. *Webinar Dan Call for Paper Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2022*, 19(September), 92–111. <http://jurnal.untidar.ac.id>