

ABSTRAK

FONTIAN MUNZIL NIM 2020117005. Strategi Transformasi Digital BCA Dalam Rangka Memenuhi Kebutuhan Nasabah Terkait Dengan Kinerja Perusahaan Periode 2019-2021. Dibawah bimbingan Ibu Ani Siska MY SH,MM,MSM.

Transaksi perbankan konvensional telah bergeser ke transaksi perbankan digital yang akhirnya mengubah cara pelayanan keuangan perbankan kepada nasabah. Berbagai macam strategi diterapkan perbankan nasional dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara optimalisasi seluruh kanal pemasaran secara digital yang akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. BCA fokus dan menyempurnakan transformasi digital secara kontinu dengan maksud memberikan solusi keuangan yang berkualitas tinggi kepada nasabah sesuai dengan visi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, pertama, bagaimanakah strategi transformasi digital BCA dalam rangka memenuhi pelayanan kepada nasabah?, kedua, bagaimanakah kinerja BCA terkait dengan penerapan strategi transformasi digital? Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian dengan analisis deskriptif yang meliputi analisis data sekunder (internal dan eksternal). Jenis penelitian adalah eksplorasi pada studi kasus BCA yang meliputi pencarian literatur dan wawancara pejabat perusahaan yang berwenang dan relevan dengan penelitian secara mendalam. Sumber data adalah data kepustakaan yang akan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menggambarkan bahwa strategi BCA meningkatkan aspek kapabilitas sumber daya digital pada beberapa area operasional (SDM), pemasaran, kanal pelayanan yang menghasilkan berpindahnya transaksi perbankan konvensional ke transaksi perbankan digital. Aktifitas transformasi digital memberikan dampak positif berupa peningkatan penjualan, efisiensi operasional, peningkatan produktifitas dan keseluruhannya meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan dapat mengoptimalkan transformasi digital dengan mengalihkan sumber daya manusia ke area pelayanan nasabah termasuk melakukan evaluasi terhadap kesamaan pelayanan pada seluruh kanal pemasaran (*omnichannel*) digital dan non digital (cabang) sekaligus memberikan edukasi kepada segmen nasabah yang belum siap untuk berpindah ke kanal digital. Evaluasi produktifitas termasuk juga pada anak perusahaan, Bank Digital, dengan maksud peningkatan sinergisitas penjualan produk perbankan digital.

Kata kunci: digital, nasabah, pelayanan, perbankan, transformasi

ABSTRACT

FONTIAN MUNZIL NIM 2020117005. BCA's Digital Transformation Strategy to Meet Customer Needs Related to the Company's Performance from 2019 to 2021. Under the supervision of Mrs Ani Siska MY SH, MM, MSM

Conventional banking transactions have migrated to digital banking transactions, which has fundamentally changed the way banking services are delivered to customers. Various tactics are being performed by national banks to fulfill customer expectation by digitally optimizing all marketing channels, which will finally increase business performance. BCA is focused and

consistent in continuously developing digital transformation to provide high-quality financial solutions to the customers in accordance with the company's objective. This research attempts to analyse, first, how is BCA's digital transformation strategy to offer services to the customers. Second, how is the BCA's performance related to the implementation of digital transformation strategies? A qualitative method is a research approach with descriptive analysis which incorporates secondary data analysis (internal and external) (internal and external). The type of research is an exploratory BCA case study that involves in-depth literature searches and interviews with relevant and authorised company's officers. The source of data is library data

that will be analyzed descriptively. The results of this study demonstrate that the BCA's objective is to enhance aspects of digital resource capabilities in numerous operational areas (HR), marketing, and all service channels, leading in the shifting of conventional banking transactions to digital banking transactions. Digital transformation efforts have beneficial impacts in the form of higher revenue, operational efficiency, increasing productivity, and overall enhanced firm performance. The company can maximise digital transformation by diverting human resources to the customer service area, including evaluating the similarity level of services across all digital and non-digital (omnichannel) marketing channels (branches) as well as providing education to customers segments that are not ready to switch to digital channels. Productivity evaluation includes the subsidiary company of BCA, Digital Bank, to boost the synergism of sales of digital banking products.

Keywords: banking, customer, digital, service, transformation