

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk

PT. Bank Central Asia (BCA) ialah satu diantara bank swasta terbesar di Indonesia. Didirikan pada tanggal 21 Februari 1957, BCA telah menjadi bagian penting dari perekonomian Indonesia dan telah membuktikan diri sebagai pemimpin dalam industri perbankan dengan total aset per Juni 2024 sebesar 1.425 Triliun, per Desember 2024 sebesar 1.449 Triliun, dan per Maret 2025 1.534 Triliun dan memiliki lebih dari 39 juta rekening nasabah BCA. Berawal dari NV Perseroan Dagang Dan Industrie Semarang Knitting Factory pada tahun 1955, kemudian resmi beroperasi sebagai bank pada tahun 1957 dan efektif pada 2 September 1975, nama Bank dirubah menjadi PT Bank Central Asia (BCA). Sejak itu, BCA terus berkembang dan memperluas jaringan layanannya. Saat ini, BCA dimiliki oleh Djarum, yang merupakan satu diantara perseroan rokok terkenal di Indonesia. Kehadiran BCA semakin kokoh berkat beberapa anak perusahaan yang bergerak di beragam sektor, sebagaimana perbankan syariah, pembiayaan kendaraan, asuransi umum dan jiwa, serta sekuritas. Selain itu, BCA juga terus mengoptimalkan layanan perbankan digital, menyediakan fasilitas pengiriman uang, serta bekerja sama dengan pemodal ventura. Pada setiap langkah yang diambil, BCA bertekad menjalin hubungan yang langgeng dengan para nasabahnya, mengedepankan kepentingan bersama, serta memberi dampak positif bagi khalayak umum. Melalui dukungan dari hampir 27. 000 pegawai, visi BCA ialah guna menjadi bank pilihan utama yang bisa diandalkan oleh masyarakat sebagai pondasi penting pada perekonomian Indonesia.

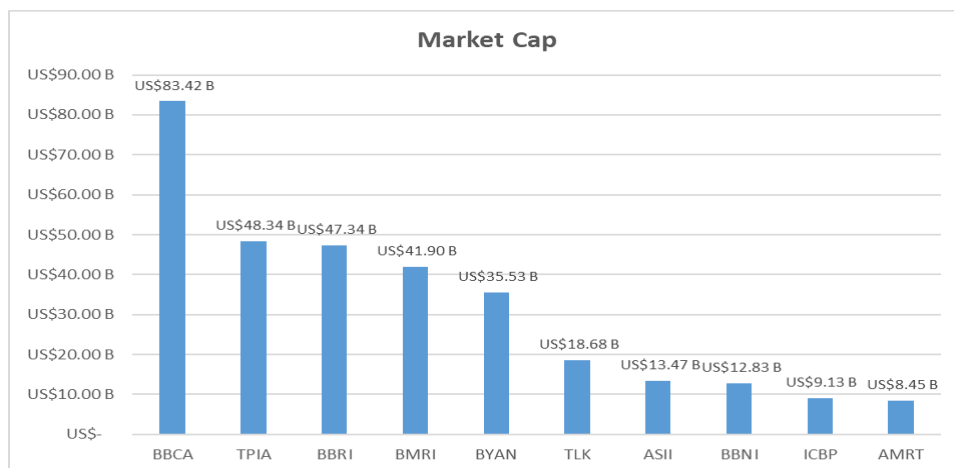


Gambar 1.1

Logo PT. Bank BCA

Sumber: Official Website BCA, 2024

Semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin tinggi daya tarik investor dalam investasi jangka panjang, karena dinilai berpotensi perkembangan tinggi dan minim risiko (Wahyudi, 2020). Berdasarkan nilai kapitalisasi perusahaan di Bursa Efek Indonesia, BCA saat ini menempati peringkat pertama sebagai perusahaan dengan kapitalisasi terbesar. Nilai kapitalisasi ini menggambarkan total harga yang harus dibayar untuk memperoleh 100% kepemilikan perusahaan, mencerminkan kekuatan dan performa BCA di pasar. Dengan posisi ini, BCA menunjukkan daya tarik yang kuat bagi para investor dan menegaskan statusnya sebagai pemimpin di industri perbankan Indonesia.



Gambar 1.2

Nilai Kapitalisasi Perusahaan di Indonesia

Sumber: Companies Market Cap, 4 Oktober 2024

BCA mempunyai kekuatan yang besar di sektor perbankan di tanah air. Tetapi, semua sektor termasuk perbankan dan BCA sendiri kini tengah mengalami

perubahan besar akibat digitalisasi yang sangat cepat. BCA menyadari bahwasanya teknologi digital memberikan kenyamanan, kemudahan, serta kecepatan untuk orang-orang di penjuru dunia dalam menyelesaikan beragam urusan. BCA terus menyesuaikan diri dengan perubahan tren yang terjadi dalam teknologi digital, kondisi bisnis, dan perilaku konsumen.

1.1.2 Aplikasi MyBCA

Pada tahun 2021, BCA bertekad memperkuat cabang perbankan transaksi melalui penciptaan layanan digital yang tujuannya guna mengoptimalkan pengalaman konsumen. Usaha ini meliputi otomatisasi dan pembaruan infrastruktur teknologi informasi yang terus berlangsung. Mengingat meningkatnya transaksi digital, aspek *cybersecurity* juga menjadi fokus utama. Satu diantara tindakan penting yang dijalankan ialah dengan meluncurkan aplikasi myBCA sebagai platform digital. Nasabah bisa menjalankan beragam transaksi perbankan dengan gampang menggunakan situs web di desktop atau smartphone, menciptakan pengalaman pengguna yang efisien dan lancar. Antara tahun 2022 dan 2023, BCA terus mengembangkan super apps myBCA guna mengoptimalkan transaksi digital dan memberikan pengalaman pelanggan yang komprehensif melalui berbagai saluran. BCA juga telah memperkuat keamanan pada myBCA dengan menyediakan fitur top up KPR instan, menambahkan fitur biometrik, dan mengintegrasikan aplikasi WELMA ke dalam myBCA. myBCA adalah aplikasi perbankan digital dari Bank Central Asia yang dirancang untuk menyediakan kemudahan untuk pelanggan dalam mengakses beragam layanan perbankan. Melalui myBCA, pelanggan bisa menjalankan transaksi perbankan sebagaimana membayar tagihan, mentransfer dana, berinvestasi, dan membeli pulsa, serta informasi mutasi rekening hingga 3 tahun terakhir. Fitur-fitur yang lengkap dan tampilan yang ramah pengguna membuat myBCA menjadi pilihan yang tepat bagi generasi milenial yang mengutamakan kecepatan dan kenyamanan. Aplikasi penting untuk kredit, pendanaan, transaksi, perlindungan, serta perencanaan keuangan dibuat guna mendorong produktivitas. Aplikasi perbankan seluler myBCA terus ditingkatkan dengan menggabungkan layanan transaksi cabang, internet banking, dan mobile

banking. Komunitas pengembang internal BCA, *Citizen Developer*, sangat berperan dalam mempermudah Siklus Hidup Pengembangan Perangkat Lunak (Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk, 2023).



Gambar 1.3

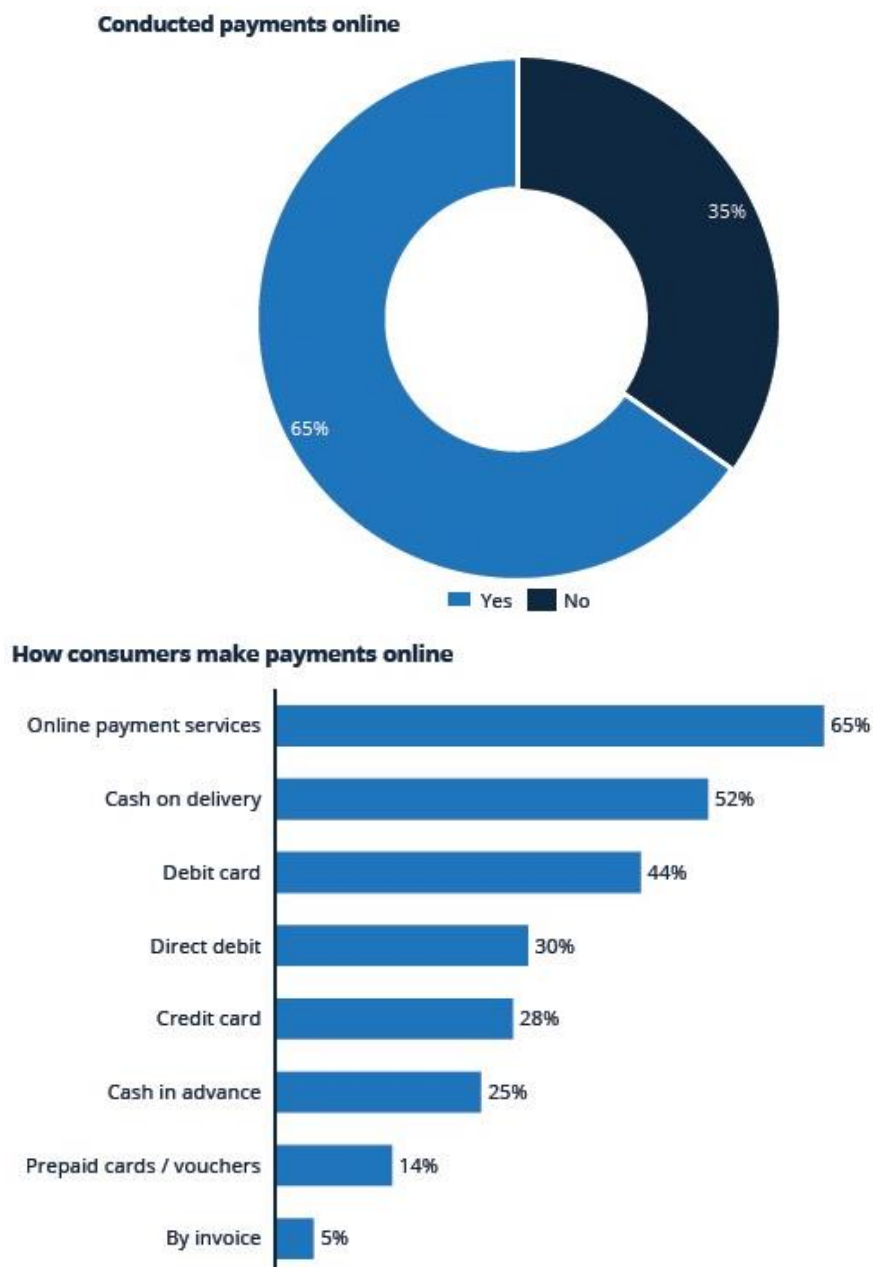
Logo Aplikasi MyBCA

Sumber: Official Website BCA, 2024

1.2. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi informasi sudah secara signifikan merubah lanskap industri perbankan. Seperti yang dikemukakan oleh Noviaristanti et al (2023), “*With the proliferation of internet technology, a firm can connect with various entities and link into networks around the world*”. Munculnya perangkat pintar dan konektivitas internet yang semakin luas mendorong masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup digital, sehingga meningkatkan permintaan akan layanan perbankan yang lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Banyak bank kini berlomba-lomba mengembangkan sistem perbankan berbasis layanan digital guna mencukupi kebutuhan klien yang dinamis. Transformasi digital ini membawa tantangan sekaligus peluang baru di satu sisi, bank perlu berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur canggih agar tetap kompetitif, sementara di sisi lain, ancaman keamanan siber menjadi perhatian utama. Meskipun demikian, digitalisasi juga menawarkan kesempatan bagi bank guna mengoptimalkan efisiensi operasional, meluaskan jangkauan pasar, serta membuat produk/layanan yang lebih inovatif. Oleh karena itu, penelitian mengenai sistem perbankan berbasis layanan digital semakin relevan di tengah persaingan bisnis yang ketat. Dengan memahami tren

perkembangan teknologi, perilaku konsumen, dan tantangan yang ada, para peneliti bisa memberi saran berharga untuk bank dalam mendesain strategi bisnis yang efektif. Implementasi sistem perbankan berbasis layanan digital tidak hanya berdampak pada industri perbankan, tetapi juga memberikan pengaruh yang luas bagi khalayak umum (Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk, 2023).



Gambar 1.4

Sistem Pembayaran Online

Sumber: Statista, Agustus 2024

Berdasarkan data yang diambil dari Statista menunjukkan bahwa 65% konsumen melakukan pembayaran secara online melalui fasilitas dari layanan keuangan digital dibandingkan dengan cara pembayaran lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sudah memiliki literasi digital terkait pembayaran secara online.



Gambar 1.5

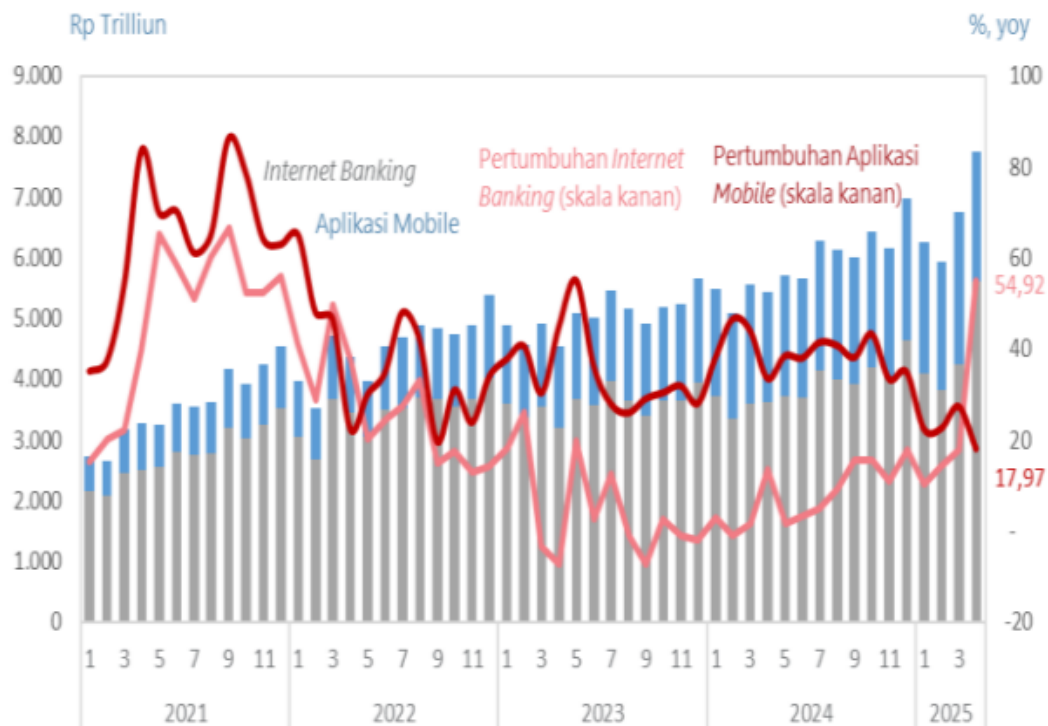
Tingkat Literasi Digital Indonesia

Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), 27 September 2024

Melirik dari hasil survei literasi digital di Indonesia tahun 2024 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) yang bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC) tertanggal 27 September 2024, Indeks literasi digital Indonesia pada tahun 2024 mencapai skor 43,34 dari skala 1-50. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital di Indonesia masuk kedalam

kategori sedang. Indeks literasi digital Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang konsisten sejak tahun 2018 hingga tahun 2024. Penilaian skor IMDI terdiri dari empat pilar, yaitu infrastruktur dan ekosistem, keterampilan digital, pemberdayaan, serta pekerjaan. Indeks ini bertujuan untuk mengukur kompetensi dan keterampilan masyarakat Indonesia dalam menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari maupun pekerjaan.

Nilai Transaksi Digital Banking



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 1.6

Tinjauan Kebijakan Moneter

Sumber: Bank Indonesia, 26 Oktober 2023

Perbankan digital ialah layanan perbankan yang dijalankan lewat platform elektronik, dengan memakai data nasabah secara maksimal (POJK No:12/POJK.03/2018). Menurut data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI) Kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital pada April 2025 tetap tumbuh didukung oleh system pembayaran yang aman, lancar, dan andal. Menurut data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI) pada bulan Mei 2025, pembayaran digital

pada April 2025 mencapai 3,79 miliar transaksi atau tumbuh 31,05% secara *year on year* didukung peningkatan seluruh komponen, salah satunya volume transaksi aplikasi mobile dan internet banking yang terus tumbuh masing-masing sebesar 33,14% *year on year* dan 8,65% *year on year*. Berdasarkan penjelasan dari OJK, internet banking ialah kegiatan perbankan yang dijalankan dengan internet dan komputer melalui website resmi bank. Selanjutnya, mobile banking dan SMS merujuk pada kegiatan perbankan yang dilakukan lewat ponsel, baik itu memakai aplikasi di smartphone atau layanan pesan singkat yang ditawarkan oleh bank. Di sisi lain, phone banking ialah aktivitas perbankan yang dijalankan lewat telepon, di mana nasabahnya akan menghubungi layanan pelanggan bank, dan transaksi nasabah akan diproses oleh petugas tertentu atau melalui sistem otomatis bank.

Hadirnya digitalisasi membuat segala aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan menjadi lebih mudah karena bantuan teknologi terkini (Awaluddin and Budi Santosa 2023). Transaksi finansial melalui ponsel pintar satu diantaranya ialah melalui mobile banking. Di Indonesia, aplikasi mobile banking diakomodir oleh lembaga keuangan yang diawasi dan tercatat oleh OJK dan lembaga keuangan peserta penjaminan LPS.

Tabel 1.1 Aplikasi Mobile Banking pada Google Playstore dan Apple Store

No.	Mobile Banking	Tahun Rilis	Diunduh	Rating di Google Playstore	Rating di Apple Store	Jumlah Ulasan
1	BRImo	2019	50 juta +	4.7/5	4.7/5	1.61 juta +
2	BCA Mobile	2011	50 juta +	4.0/5	3.3/5	1.32 juta +
3	BNI Mobile Banking	2014	10 juta +	4.6/5	4.7/5	1.06 juta +
4	Livin by Mandiri	2021	10 juta +	4.0/5	3.2/5	584 ribu +
5	BSI Mobile	2021	10 juta +	3.5/5	4.1/5	208 ribu +
6	MyBCA	2021	10 juta +	4.2/5	3.5/5	37.6 ribu +
7	Octo Mobile by CIMB Niaga	2020	5 juta +	4.3/5	4.8/5	321 ribu +
8	OCBC Mobile	2018	1 juta +	3.5/5	3.6/5	45 ribu +
9	BTN Mobile	2023	1 juta +	4.0/5	4.2/5	20.7 ribu +
10	Wondr by BNI	2024	1 juta +	3.2/5	4.7/5	17.4 ribu +

Sumber: Google Playstore dan Apple Store, 16 Oktober 2024

Berdasarkan data jumlah aplikasi yang didownload di Apple Store dan Google Playstore sampai Oktober 2024, mobile banking myBCA memperoleh 10 juta lebih pengguna. Pada tahun 2021, muncul mobile banking Livin by Mandiri dan juga BSI Mobile yang menjadi pesaing myBCA pada saat awal perilisan. Jika dibandingkan dengan kedua aplikasi mobile banking tersebut, myBCA memperoleh rating 4.2 di Google Playstore dan 3.5 di Apple Store dari skala 1 sampai 5. Sedangkan untuk mobile banking, BCA mobile memperoleh rating 4.0 di Google Playstore dan 3.3 di Apple Store dari skala 1 sampai 5. Walaupun BCA mobile hadir lebih awal dibandingkan dengan mobile banking lain, namun jumlah penggunanya hampir sama dengan mobile banking BRImo yang baru rilis pada tahun 2019. Menurut informasi yang disampaikan oleh Group Corporate Communication and Social Responsibility bagian Corporate Communication PT. Bank Central Asia Tbk pada tanggal 04 Maret 2024, terdapat 3,2 juta user mobile banking myBCA. Selain itu, volume transaksi mobile banking myBCA telah melebihi 3 miliar dengan rerata transaksi mencapai 360 juta setiap bulannya. Kanal online terbukti menjadi pilihan yang lebih populer untuk bertransaksi di kalangan nasabah. Jumlah pengguna yang

meningkat ini menjadikan bukti bahwa layanan mobile banking myBCA memang dibutuhkan oleh nasabah. Jumlah peningkatan pengguna *mobile banking* myBCA ini belum sejalan dengan nilai rating pengguna di Google Playstore maupun Apple Store. Jika dilihat dari 50 ulasan terbaru per Oktober 2024 pengguna *mobile banking* myBCA, kata kunci yang sering muncul adalah “*force close*” dan “*error*”. Kendala *force close* dan error mobile banking yang disampaikan pada ulasan aplikasi menjadi bukti bahwa walau pengguna mobile banking BCA banyak dan aplikasinya dibutuhkan, namun belum bisa memenuhi persepsi kemudahan penggunaan.

Mengingat ketatnya persaingan dalam memberikan kepuasan pelanggannya, Bank perlu menawarkan pelayanan yang sangat baik untuk memberikan kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan niat berperilaku. Seperti yang diungkapkan Kotler dan Keller (P. a. Kotler 2016, 153) perihal loyalitas pelanggan “*a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situation influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.*”

Tabel 1.2 *Satisfaction, Loyalty, Engagement (SLE) Index*

Kategori	Kategori Bank	Satisfaction Index - Mobile Banking (%)		
		2023	2024	2025
Bank Central Asia	KBMI 4	84.19	82.90	84.39
Bank Negara Indonesia*	KBMI 4	83.15	-	81.96
Bank Mandiri	KBMI 4	82.60	82.49	84.85
Bank Rakyat Indonesia**	KBMI 4	-	81.39	84.85
Rata-rata Nilai Index Industri		82.90	82.04	84.08

*) Pada tahun 2024, BNI tidak masuk Ranking 3 besar Satisfaction Index - Mobile Banking

**) Pada tahun 2023, BRI tidak masuk Ranking 3 besar Satisfaction Index - Mobile Banking

Sumber: Infobank No 561 Vol XLVI Januari 2025, Infobank No 549 Vol XLV Januari 2024 & Infobank No 537 Vol XLIV Januari 2023

Survei SLE Bank untuk kategori mobile banking pada *Satisfaction Index* 2025 melibatkan 1.440 nasabah dari delapan kota besar di Indonesia ini menunjukkan bahwa pengalaman digital memainkan peran kunci dalam persepsi nasabah. Kepuasan terhadap layanan mobile banking meningkat signifikan, sementara kepercayaan terhadap keamanan bank 80,31%. Namun, hanya 46,25% nasabah bank yang mengaktifkan notifikasi transaksi pada aplikasi mobile banking-nya, yang merupakan satu diantara fitur vital guna memantau aktivitas rekening dan mendeteksi potensi penipuan. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi yang lebih intensif mengenai manfaat fitur keamanan digital. Mobile banking BCA mengalami peningkatan skor dibandingkan tahun sebelumnya, namun belum mampu mempertahankan posisi pertama seperti tahun 2024 dan 2023.

Berdasarkan hasil pengukuran yang dilakukan oleh Marketing Resource Indonesia (MRI) bekerja sama dengan Infobank dengan rentang survei 24 September 2023 hingga 8 Desember 2023 terkait *Satisfaction, Loyalty and Engagement (SLE) Index* 2024 perbankan disampaikan bahwa rata-rata *satisfaction index* untuk kategori *mobile banking* BCA adalah sebesar 82.9% dimana Bank BCA berada diatas rata-rata indeks KBMI4. Namun, indeks kepuasan nasabah terhadap penggunaan *m-banking* secara industri mencapai 80,71%,

menurun 1,38% dari tahun sebelumnya. Pada Bank BCA sendiri, walaupun masih bertahan di urutan pertama, nilai *satisfaction index* mengalami penurunan 1.29% dibandingkan tahun sebelumnya. Nilai Penurunan ini terjadi di semua kelompok bank. Nasabah kini makin menginginkan *m-banking* yang lebih mudah, cepat, dan aman digunakan untuk bertransaksi, serta memiliki tampilan yang lebih *user-friendly*. Untuk aspek *satisfaction*, detail komponen yang diukur adalah *mobile banking* dan aspek-aspek 7P bauran pemasaran yakni *product, promotion, price, people, place, physical evidence*, dan *process*. Loyallitas diukur melalui dimensi *retention, repurchase, advocate*, dan *referral*. Sementara itu, *engagement* melibatkan *trust, fairness, pride*, dan *passion*.

Dalam survei tersebut untuk aspek *customer experience*, detail komponen yang diukur adalah pengalaman nasabah saat bertransaksi menggunakan *m-banking* dari sisi kemudahan, kecepatan, dan menyenangkan (*enjoyment*). *Enjoyment* mengacu pada kesenangan individu ketika berinteraksi dengan perangkat elektronik mereka (Giovannini, Xu and Thomas 2015). Indikator *enjoyment* adalah mobile banking itu menyenangkan, memberikan kebahagiaan, dan dapat dinikmati. Pada studi yang dijalankan oleh Juniarty Siahaan, dkk (2021) memaparkan bahwasanya kenikmatan yang terkait dengan platform seluler lembaga keuangan seseorang memiliki pengaruh pada kepercayaan dan kepuasan. Studi sebelumnya memaparkan adanya hubungan diantara kesediaan konsumen dan motivasi hedonis dalam memakai teknologi (Alalwan et al. , 2017). Layanan mobile banking yang menawarkan kesenangan untuk pengguna saat bertransaksi bisa mengoptimalkan kepuasan nasabah pada layanan tersebut (Lee et al., 2015). Pada studi yang dijalankan oleh (Indrawati et al. , 2022) motif hedonis bisa dibuat dengan memakai video, gambar, dan berbagai efek lain yang menarik perhatian pelanggan agar berbelanja produk baru dari beragam merek.

Tabel 1.3 Fitur Mobile Banking myBCA

KATEGORI	FITUR-FITUR <i>MOBILE BANKING</i> BCA
	myBCA
<i>Open access</i>	<i>Single ID & Biometrics</i>
Mutasi Rekening	e-Statement : periode mutasi rekening hingga 5 tahun terakhir
Keunikan	1. <i>Pocket Valas</i> : pengguna bisa melakukan transfer antar rekening BCA dalam 8 mata uang asing 2. <i>Welma</i> : pengguna bisa investasi Obligasi, Reksa Dana, & SBN Pasar Perdana dan Sekunder 3. e-Deposito 4. KPR Instan Top-Up : Debitur KPR BCA bisa melakukan top-up kredit atas KPR yang sudah berjalan 5. <i>Paylater</i>
Fitur	1. <i>Flazz</i> 2. Bayar dan Isi Ulang 3. <i>Cardless</i> (setor dan tarik tunai tanpa kartu) 4. <i>Virtual Account</i> 5. Transfer ke Bank Lain (LLG, RTGS, Online, BI Fast) 6. Lifestyle (pembelian tiket bioskop, voucher, tiket pesawat, kereta, bus, event, kesehatan, dll) 7. QRIS Payment 8. Pembukaan Rekening

Sumber: Mobile Banking BCA, 20 Oktober 2024

Sejak diluncurkan pada tahun 2021, aplikasi *mobile banking* myBCA meraih berbagai macam penghargaan tingkat nasional mulai dari kategori *customer statisfaction* (kepuasan pelanggan), tabungan digital, aplikasi *mobile banking* pilihan generasi milenial, hingga fitur aksesibilitas *mobile banking*. Bisnis utama BCA terletak pada layanan transaksi perbankan. Dengan demikian, lingkungan yang cepat berubah dan dinamis mendorong BCA agar selalu menyesuaikan diri dalam layanan transaksi supaya tetap sesuai dengan kebutuhan nasabah yang berkembang terus. BCA secara berkelanjutan memperluas dan memperkuat kemampuan transaksi perbankan untuk melayani basis nasabah yang bervariasi dari beragam generasi. Beragam pengembangan dan inisiatif yang meliputi pengembangan sumber daya manusia, proses, teknologi, kerjasama, produk, serta pendidikan untuk nasabah terus dijalankan guna mencapai integrasi teknologi

digital yang maksimal. Dengan cara yang menyeluruh ini, BCA bisa mengoptimalkan kenyamanan untuk nasabah individu dan lembaga, yang berujung pada peningkatan signifikan dalam frekuensi dan jumlah transaksi (Laporan Keuangan Tahunan BCA, 2024).

Tabel 1.4 Pengembangan Aplikasi myBCA

PENAMBAHAN FITUR PADA APLIKASI MYBCA	
2021	2022
Identitas tunggal (single ID), yakni BCA ID, yang dipakai guna mengakses semua informasi tentang rekening dan menjalankan berbagai transaksi perbankan	1. Welma : ialah platform yang mengelola investasi dan perlindungan, yang semakin mempermudah nasabah untuk menjalankan transaksi reksa dana, asuransi, dan obligasi 2. Fitur <i>biometrics</i> 3. Fitur instant <i>top up</i> KPR 4. <i>Bill payment</i> 5. <i>QRIS payment</i> 6. <i>e-Statement</i> 7. <i>e-Deposito</i> 8. <i>Cardless</i>
2023	2024
1. Paylater BCA : kredit yang bisa dimanfaatkan sebagai pilihan untuk membayar dengan memindai QRIS di aplikasi myBCA 2. Pemrek Online : kemudahan pembukaan rekening secara <i>online</i>	1. QRIS Transfer & QRIS Cross-border Fitur QRIS Consumer Presented Mode (QRIS Tap) 2. Fitur Lifestyle Menu "Untukmu" menampilkan rekomendasi produk & promo sesuai kebutuhan nasabah 3. Fitur CaLo untuk Pengajuan Kredit Modal Kerja (KKB Agunan Cash Collateral) 4. Poket Valas memungkinkan nasabah memiliki tabungan dalam hingga 16 mata uang asing

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan BCA, 2021-2024

Menanggapi perubahan dalam preferensi publik, peraturan baru, dan kemitraan yang semakin erat antara *fintech* dan perbankan, BCA tetap berkomitmen untuk

memperbaiki pengalaman bertransaksi secara digital. BCA memusatkan perhatian pada penyediaan layanan yang fleksibel dan komprehensif, tetap menekankan pentingnya kecepatan dan keamanan transaksi, serta mempertahankan kualitas layanan yang unggul. Aplikasi myBCA selalu diperbarui setiap tahun dan secara teratur menjadi bagian dari agenda tinjauan Direksi BCA. Upaya untuk menambahkan berbagai fitur baru tujuannya agar transaksi lebih mudah dan memberikan kenyamanan bagi nasabah. Pemakaian transaksi digital perlu dipikirkan secara bijak.

Berdasarkan survei yang dilakukan pada bulan Januari 2025 oleh peneliti terhadap 50 pengguna myBCA dengan kriteria sebanyak 57,5% responden berusia 25 tahun sampai dengan 30 tahun dan sebanyak 40% responden telah menggunakan myBCA 1 hingga 2 tahun. Sebanyak 92,5% hingga 97,5% responden setuju bahwa *mobile banking* myBCA berguna dalam kehidupan sehari-hari untuk membantu pekerjaan seperti bertransaksi, cek mutasi, cek saldo menjadi lebih cepat, meningkatkan produktivitas dan dapat membantu responden untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Pernyataan terkait *mobile banking* myBCA mampu memberikan informasi dan dapat dimengerti dengan jelas disetujui sebanyak 95%. Selain itu, 90% responden setuju bahwa untuk dapat mengakses *mobile banking* myBCA gampang dan tidak membutuhkan usaha yang besar. Lebih dari 90% hingga 95% partisipan menyatakan bahwasanya *mobile banking* myBCA memberi kenyamanan bertransaksi. Dan lebih dari 97,5% partisipan menyatakan bahwasanya *mobile banking* myBCA memiliki fitur keamanan yang kuat. Dari survei tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan 97,5% setuju bahwa *mobile banking* myBCA berguna dalam kegiatan transaksi finansial, 90% setuju bahwa *mobile banking* myBCA mudah dan nyaman digunakan, serta 99% setuju bahwa *mobile banking* myBCA aman digunakan.

Dari survei tersebut, peneliti juga meminta responden untuk menjawab kekurangan dari aplikasi *mobile banking* myBCA dengan hasil diantaranya 30% responden menjawab aplikasi sering mengalami error ketika *log in* dan saat pemakaian, 35% menyatakan beberapa kekurangan dari fitur dari aplikasi *mobile banking* myBCA mulai dari proses registrasi yang sulit, seringkali harus melakukan

update aplikasi, hingga fitur kurang lengkap, 5% menyatakan kurangnya promo dan mitra kerjasama. Sedangkan 32% responden lainnya menjawab bahwa dari aplikasi *mobile banking* myBCA sudah baik.

Tabel 1.5 Gallup Customer Engagement Survey

INDEKS CUSTOMER ENGAGEMENT				
TAHUN	2021	2022	2023	2024
NILAI	4,73	4,68	4,75	4,88

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan BCA, 2021-2024

Melihat pola transaksi yang terus meningkat, BCA berfungsi sebagai bank yang menggabungkan layanan modern dan konvensional, memberikan berbagai opsi transaksi perbankan yang menyeluruh dan lengkap guna memastikan kenyamanan penggunanya. Keterlibatan pelanggan dimulai dengan adanya platform transaksi yang terpercaya, lalu dilanjutkan dengan peningkatan dan pengembangan layanan lewat beragam saluran yang berbeda, baik secara daring ataupun luring, guna mengoptimalkan hubungan dengan nasabah. BCA menempatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai prioritas utama pada pengembangan produk/layanan untuk tetap menjadi bank yang dipilih masyarakat. BCA, bersama dengan entitas anaknya, terus memantau kebutuhan pelanggan untuk memberi solusi yang sesuai, demi memperkuat keterikatan pelanggan. BCA juga menjalankan penilaian terhadap mutu layanan dengan memakai survei CE (*Customer Engagement*) dari Gallup, serta menjaga tingkat CE yang tinggi dengan memberikan penghargaan kepada tim BCA yang sudah memberi pelayanan secara optimal. Semua usaha untuk mengoptimalkan layanan ini ditunjang oleh pemakaian alat pemantauan melalui dashboard. Ini guna memastikan bahwasanya mutu layanan tetap konsisten dan bisa langsung ditangani bila ada masalah. Pada tahun 2023, BCA mencapai CE Score yang lebih tinggi dari rata-rata global melalui *Gallup Customer Engagement Survey*.

Penambahan fitur pada aplikasi myBCA paling banyak dilakukan pada tahun 2022, menunjukan hasil yang berbanding terbalik dengan capaian *customer engagement* BCA. BCA mengalami penurunan nilai *customer engagement* sebesar

0.05 poin dibandingkan dengan tahun 2021. Penambahan fitur tidak terjadi secara masif pada tahun 2023, namun nilai *customer engagement* naik 0.07 poin. Hal ini tentunya menjadi poin penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut terkait usaha BCA dalam memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Dan pada tahun 2024 terdapat penambahan fitur QRIS Cross Border, Fitur Lifestyle, Fitur CaLo (Cash Collateral), dan Poket Valas hingga 16 mata uang asing menunjukkan capaian *customer engagement* sebesar 4,88 atau naik 0,13 poin dari tahun 2023.

Menurut Chandra et al. (2010), Bruque dan Moyano (2007), serta Nso (2018), adopsi teknologi informasi merupakan langkah penting dalam penggunaan *m-banking* oleh individu, karena mereka memiliki pilihan untuk menerima dan menggunakan inovasi yang ditawarkan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan aktivitas sehari-hari mereka. Dengan perkembangan cepat *m-banking*, penting untuk memahami elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan saat memakai layanan ini. Studi berikut tujuannya guna memahami bagaimana sejumlah aspek berpengaruh, yakni *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan), *perceived ease of use* (kemudahan pemakaian yang dirasakan), *perceived enjoyment* (kebahagiaan yang dirasakan), serta *perceived security* (keamanan yang dirasakan) pada kepuasan nasabah dalam memakai *m-banking*. Melalui studi berikut, peneliti akan mengidentifikasi aspek-aspek yang menentukan adopsi dan pemakaian aplikasi *m-banking*, terutama dalam lingkungan masyarakat sebagai pengguna *m-banking* yang banyak diamati, dan peneliti tertarik untuk menjalankan studi dengan cakupan area penelitian di Indonesia dalam satu karya ilmiah berbentuk tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Security* terhadap *Satisfaction* dan *Continuance Intention To Use* pada Penggunaan *Mobile Banking myBCA* dengan *Technology Acceptance Model*”.

1.2 Perumusan Masalah

Aplikasi mobile banking BCA merepresentasi reputasi perusahaan induk PT. Bank Central Asia Tbk yang baik dikalangan masyarakat Indonesia, sehingga, sebuah studi harus dijalankan guna mengidentifikasi penggunaan mobile banking myBCA. Rumusan masalah pada studi berikut meliputi:

1. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
3. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
4. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
5. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap *enjoyment* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
6. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived enjoyment* terhadap *user satisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
7. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?

8. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived security* terhadap *user satisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
9. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived security* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
10. Seberapa besar pengaruh variabel *user satisfaction* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
11. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction* dan *continuance intention to use* akan lebih besar pada aspek utilitarian dibandingkan aspek hedonis dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
12. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction* akan lebih besar pada aspek utilitarian dibandingkan aspek hedonis dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
13. Seberapa besar pengaruh variabel *perceived enjoyment* terhadap *user satisfaction* dan *continuance intention* akan lebih besar pada aspek hedonis dibandingkan aspek utilitarian dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?

Meskipun mobile banking myBCA telah melakukan pengembangan fitur aplikasi dan masuk ke dalam agenda review tahunan Direksi PT. Bank Central Asia Tbk, data *satisfaction, loyalty, and engagement index* serta review penggunaan aplikasi myBCA menunjukkan bahwa adopsi mobile banking myBCA masih perlu dilakukan upaya perbaikan. Oleh karena itu, sebuah studi perlu dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab turunnya *user satisfaction* bagi pengguna mobile banking myBCA.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived usefulness* terhadap *user statisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
2. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
3. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
4. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived ease of use* terhadap *user statisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
5. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived ease of use* terhadap *enjoyment* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
6. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived enjoyment* terhadap *user statisfaction* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
7. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
8. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived security* terhadap *user statisfaction* dalam menggunakan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
9. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived security* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
10. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *user statisfaction* terhadap *continuance intention* dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.

11. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction* dan *continuance intention to use* akan lebih besar pada aspek utilitarian dibandingkan aspek hedonis dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia?
12. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction* akan lebih besar pada aspek utilitarian dibandingkan aspek hedonis dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.
13. Guna memahami pengaruh seberapa besar variabel *perceived enjoyment* terhadap *user satisfaction* dan *continuance intention to use* akan lebih besar pada aspek hedonis dibandingkan aspek utilitarian dalam menggunakan layanan mobile banking myBCA oleh nasabah BCA di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab turunnya nilai *user satisfaction* bagi pengguna *mobile banking myBCA*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang didapat dari studi berikut dimaksudkan untuk bisa memberi manfaat diantaranya:

1. Dari sisi akademis, studi berikut harapannya bisa menjadi sumber wawasan tambahan dan memberikan kontribusi akademis sebagai referensi yang berguna dalam mengimplementasikan dan membuktikan seberapa besar pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *perceived ease of use*, dan *perceived security* terhadap *customer satisfaction* dan *continuance intention to use* dalam penggunaan mobile banking myBCA di Indonesia, serta dalam memahami tingkat penerimaan masyarakat Indonesia terhadap layanan perbankan BCA.
2. Dari sisi praktis studi berikut bisa memberi wawasan strategis untuk BCA dalam mengukur seberapa besar pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *perceived enjoyment* terhadap

customer satisfaction dan *continuance intention to use* dalam penggunaan mobile banking myBCA di Indonesia.

3. Dari sisi praktis, secara konseptual studi berikut harapannya bisa dipakai sebagai landasan signifikan dalam kemajuan ilmu pengetahuan, terutama di sektor manajemen strategi digital BCA. Studi berikut harapannya bisa berkontribusi sebagai pemberi saran yang bermanfaat dan informasi yang relevan tentang *intention to use* dan *user satisfaction* bagi pengguna mobile banking myBCA.
4. Dari sisi praktis untuk penulis, studi berikut memperluas wawasan dan memperkuat penerapan teori yang telah diperoleh selama studi di bidang Manajemen Pendidikan Jarak Jauh di Universitas Telkom.
5. Dari sisi praktis untuk penulis bagi pembaca, studi berikut harapannya bisa dipakai sebagai rujukan pada penulisan karya ilmiah selanjutnya, dan hasilnya dapat direkomendasikan dan diterapkan secara praktis di lapangan serta menjadi basis untuk penelitian lebih lanjut.

1.5. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Menyajikan sistematika dan penjelasan singkat mengenai laporan penelitian yang terbagi menjadi Bab I hingga Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab berikut menyajikan penjelasan yang umum, singkat, dan jelas tentang isi dari studi yang dijalankan. Dalam bahasan ini, terdapat beberapa hal yang dijelaskan, yakni: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, serta Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bahasan berikut menyajikan teori yang dimulai dari yang umum lalu menuju yang lebih spesifik, didukung oleh studi sebelumnya. Setelah itu, disusun kerangka pemikiran untuk penelitian dan diakhiri dengan hipotesis bila dibutuhkan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bahasan berikut menjelaskan metode, cara, serta teknik yang dipakai guna menghimpun dan menganalisis hasil yang bisa menanggapi pertanyaan riset. Di dalam bab ini terdapat rincian mengenai: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Pengujian Reliabilitas dan Validitas, serta Metode Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan studi dan pembahasan disajikan secara terstruktur berdasarkan pertanyaan riset serta tujuan yang ingin dicapai. Bahasan ini terbagi menjadi dua bagian: yang pertama memaparkan temuan riset dan yang kedua memberikan analisis mengenai temuan tersebut. Setiap elemen pembahasan sebaiknya diawali dengan analisis data, dilanjutkan dengan interpretasi, dan diakhiri dengan kesimpulan. Pada pembahasan, penting untuk membandingkan dengan studi terdahulu atau teori yang berkaitan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan ialah tanggapan atas pertanyaan dalam penelitian, dan selanjutnya menjadi sarana yang berhubungan dengan manfaat penelitian.