

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

Pada bab ini diuraikan gambaran umum perusahaan yang meliputi profil perusahaan, sejarah & perkembangan perusahaan, visi & misi perusahaan, nilai perusahaan, struktur organisasi, logo perusahaan, serta layanan perusahaan. Selain itu, diuraikan juga karakteristik responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

2.1 Profil PT. Bank Digital BCA

PT Bank Digital BCA merupakan anak perusahaan dari PT Bank Central Asia Tbk yang bergerak di bidang perbankan digital (*digital banking*). BCA Digital beroperasi sepenuhnya dilakukan secara *online* melalui aplikasi *mobile banking* “blu” dan tidak memiliki kantor cabang. BCA Digital berfokus pada penyedia layanan keuangan yang menawarkan kemudahan akses serta efisiensi dalam transaksi finansial dengan segmen digital savvy atau kalangan muda (PT Bank Digital BCA, 2026).

2.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT. Bank Digital BCA merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang perbankan yang beroperasi di sektor layanan keuangan. PT. Bank Digital BCA merupakan hasil akuisisi yang dilakukan PT Bank Central Asia Tbk yang sebelumnya merupakan PT Bank Royal Indonesia. PT Bank Royal Indonesia. PT Bank Royal Indonesia telah beroperasi sejak tahun 1965 yang sebelumnya merupakan PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan, yang selanjutnya resmi berganti

nama pada tahun 1990 menjadi PT Bank Royal Indonesia (Bank Royal), seiring dengan peningkatan status perusahaan menjadi bank umum (PT Bank Digital BCA, 2023).

Pada akhir 2019, PT Bank Central Asia Tbk mengakuisi PT Bank Royal Indonesia dan resmi berganti nama menjadi PT Bank Digital BCA pada tanggal 19 Mei 2020. Perubahan ini bertujuan untuk menegaskan fokus bisnis bank sebagai bank umum yang berbasis layanan digital. Hadirnya BCA Digital merupakan bentuk inovasi dari PT Bank Central Asia dalam mengekspansi pasarnya dalam bentuk layanan perbankan digital. BCA Digital berfokus pada layanan perbankan digital dengan mengusung tema “Spesial buat kamu untuk langkahmu!”. Sebagai perbankan berbasis digital, seluruh layanan yang ditawarkan BCA Digital sepenuhnya berbasis digital dan seluruh kegiatan operasionalnya terpusat di kantor utamanya di Jakarta Pusat dan tidak memiliki kantor cabang maupun wilayah (PT Bank Digital BCA, 2023).

BCA Digital hadir untuk menghadirkan solusi finansial berbasis digital yang sesuai dengan kebutuhan modern dengan target pasar yakni kalangan muda dan para *digital savvy*. Sebagai bank umum berbasis digital, BCA Digital memiliki produk maupun layanan yang mencakup menghimpun dana masyarakat, penyalur kredit, dan jasa perbankan lainnya seperti transfer online, pembayaran tagihan, dan lain-lain. Selain menghadirkan layanan perbankan berbasis digital, BCA Digital juga berupaya menjalin kolaborasi dan membangun ekosistem digital dengan mengintegrasikan blu dengan aplikasi mitra sebagai *seamless digital*

banking dan *digital payment* guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi melalui aplikasi mitra terkait (PT Bank Digital BCA, 2023).

2.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

BCA Digital berkomitmen untuk memberikan kemudahan layanan perbankan dan menghadirkan berbagai inovasi dalam rangka pemenuhan kebutuhan nasabah (PT Bank Digital BCA, 2025). Dalam mendukung tujuan perusahaan, berikut merupakan visi, misi, dan nilai perusahaan PT Bank Digital BCA:

2.1.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi bank umum yang menyediakan layanan digital pilihan utama masyarakat

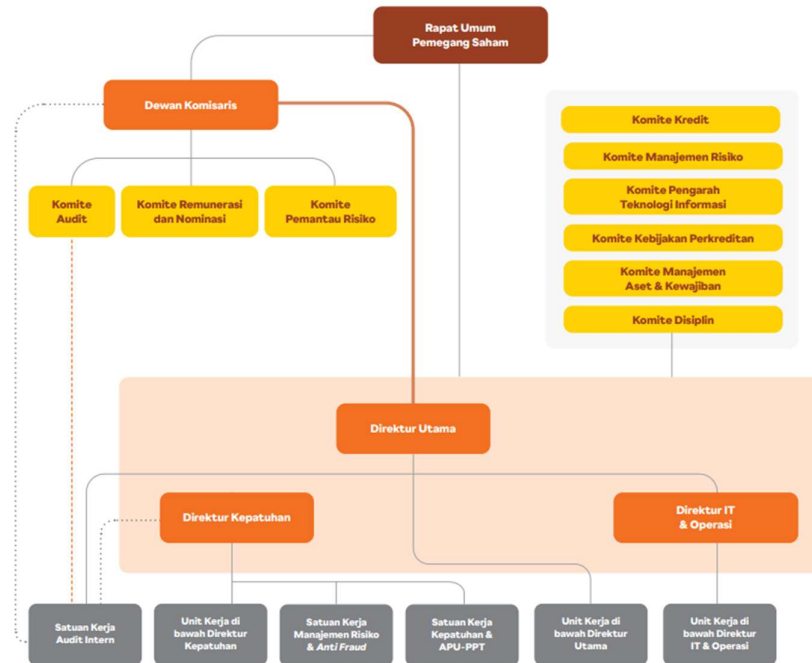
2.1.2.2 Misi Perusahaan

- a. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dengan memanfaatkan teknologi tepat guna
- b. Memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan

2.1.2.3 Nilai Perusahaan

- a. *Ear and heart for customers*
- b. *Stand up for integrity*
- c. *Soul for agility and relevance*
- d. *Hand in hand for collaboration and growth*
- e. *Mind for excellence and impact*

2.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi BCA Digital

Sumber : BCA Digital, 2025

2.1.4 Logo PT Bank Digital BCA



Gambar 2. 2 Logo blu BCA Digital

Sumber : BCA Digital, 2026

2.1.5 Layanan Perusahaan

Pada aplikasi blu terdapat beberapa fitur dan layanan yang dapat mempermudah nasabah dalam menunjang kebutuhan keuangan nasabah. Berikut merupakan fitur dan layanan yang terdapat pada aplikasi blu by BCA Digital:

- a. bluAccount, merupakan rekening utama yang dimiliki setiap nasabah yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi.
- b. bluSaving, merupakan fitur berupa kantong tabungan yang dapat dibuat hingga 20 pos yang dapat digunakan untuk memisahkan alokasi dana sesuai kebutuhan.
- c. bluGether, merupakan kantong atau tabungan yang dapat digunakan bersama dengan antar nasabah blu by BCA Digital.
- d. bluBisnis, merupakan rekening yang dapat mengatur keuangan bisnis dalam satu aplikasi sehingga tidak tercampur dengan keuangan pribadi.
- e. bluInvest, merupakan fitur untuk memonitor portofolio investasi nasabah dengan menghubungkan akun blu dengan partner investasi yang telah bekerjasama dengan blu.
- f. bluExtraCash, merupakan fasilitas pinjaman digital tanpa agunan untuk berbagai kebutuhan.
- g. bluInsurance, merupakan asuransi digital atau perlindungan sesuai kebutuhan nasabah, yang bekerja sama dengan mitra Asuransi BCA Life dan BCA Insurance.
- h. Dan transaksi lainnya seperti transfer, bayar/beli, top up e-wallet, Qris, tarik tunai tanpa kartu.

2.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini diambil berdasarkan profil individu. Responden pada penelitian ini berjumlah 112, yang merupakan nasabah sekaligus pengguna aktif aplikasi blu by BCA Digital. Berikut kriteria responden penelitian ini :

- a. Usia minimal 17 tahun
- b. Nasabah aktif BCA Digital dan telah menggunakan aplikasi blu by BCA Digital minimal 3 bulan
- c. Berdomisili di Kota Semarang

Pengambilan sampel kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara *online* menggunakan *google form*.

2.2.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi tolak ukur kedewasaan seseorang yang dapat berpengaruh terhadap cara berpikir, perilaku, dan bertindak. Penelitian ini memiliki kriteria usia dengan minimal berusia 17 tahun yang dianggap sesuai dengan target blu by BCA Digital yaitu generasi z dan milenial. Berikut disajikan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1	<19 tahun	8 Orang	7%
2	19 – 24 tahun	69 Orang	62%
3	25-31 tahun	28 Orang	25%
4	>32 tahun	7 Orang	6%
Jumlah		112 Orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.1, menunjukkan bahwa pengguna aplikasi blu by BCA Digital didominasi oleh rentang usia 19-24 tahun sebanyak 69 orang (62%). Kemudian dilanjut oleh kategori usia 25 – 31 tahun sebanyak 28 orang (25%), diikuti oleh kategori usia < 19 tahun sebanyak 8 orang (7%) dan kategori >32 tahun dengan jumlah terendah yakni sebanyak 7 orang (6%). Hal ini disebabkan karena target pasar blu yang cenderung berfokus pada generasi muda (generasi z dan milenial) yang dinilai lebih aktif dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data identitas berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah responden laki-laki dan perempuan pengguna blu by BCA Digital di Kota Semarang. Berikut disajikan data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	42 Orang	38%
2	Perempuan	70 Orang	63%
	Jumlah	112 Orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.2, menunjukkan bahwa pengguna aplikasi blu by BCA Digital di dominasi oleh Perempuan yakni sebanyak 70 orang (63%). Kemudian laki-laki sebanyak 42 orang (38%). Hal ini dapat disebabkan karena perempuan cenderung lebih aktif dalam mengelola keuangan sehari-hari dan melakukan transaksi *online*.

2.2.3 Responden Berdasarkan Domisili

Responden pada penelitian ini merupakan nasabah BCA Digital yang berdomisili di Kota Semarang. Pembagian wilayah Kota Semarang pada penelitian ini dikategorikan menjadi empat yang terdiri dari Semarang Utara (Genuk, Tugu, dan sekitarnya), Semarang Tengah (Gajahmungkur, Candisari, dan sekitarnya), Semarang Selatan (Tembalang, Banyumanik, dan sekitarnya), Semarang Barat (Mijen, Ngaliyan, dan sekitarnya), dan Semarang Timur (Gayamsari, Pedurungan, dan sekitarnya). Berikut disajikan data responden berdasarkan domisili:

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Frekuensi	Presentase
1	Semarang Utara	15 Orang	13%
2	Semarang Tengah	18 Orang	16%
3	Semarang Selatan	59 Orang	53%
4	Semarang Barat	11 Orang	10%
5	Semarang Timur	9 Orang	8%
	Jumlah	112 Orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.3, menunjukkan bahwa domisili pengguna aplikasi blu by BCA Digital di dominasi oleh Semarang Selatan dan sekitarnya sebanyak 59 orang (53%). Kemudian dilanjut dengan pengguna dengan domisili Semarang Tengah dan sekitarnya sebanyak 18 orang (16%), Semarang Utara dan sekitarnya sebanyak 15 orang (13%), Semarang Barat dan sekitarnya sebanyak 11 orang (10%), dan Semarang Timur sebanyak 9 orang (8%). Hal ini dapat dipicu karena pada kawasan Semarang Selatan dan Semarang Utara terdapat perguruan tinggi yang menjadi target pemasaran blu by BCA Digital.

2.2.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Pengumpulan data frekuensi penggunaan diperlukan untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan transaksi menggunakan aplikasi blu by BCA Digital. Berikut disajikan data responden berdasarkan frekuensi penggunaan:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna

No.	Frekuensi Pengguna	Frekuensi	Presentase
1	< 3 kali dalam sebulan	6 Orang	5%
2	3 – 6 kali dalam sebulan	39 Orang	35%
3	1 – 3 kali dalam seminggu	45 Orang	40%
4	Setiap hari	22 Orang	20%
Jumlah		112 Orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.4, menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan aplikasi blu by BCA Digital di dominasi oleh intensitas penggunaan 1 – 3 kali dalam seminggu, yaitu sebanyak 45 orang (40%). Dilanjut dengan intensitas penggunaan 3 – 6 kali dalam sebulan sebanyak 39 orang (35%), intensitas penggunaan setiap hari sebanyak 22 orang (20%), dan intensitas penggunaan < 3 kali dalam sebulan sebanyak 6 orang (5%). Hal ini dapat disebabkan karena mayoritas penggunaan bank digital dimanfaatkan sebagai sarana menabung dikarenakan suku bunga yang ditawarkan relatif lebih tinggi dibandingkan bank konvensional.

2.2.5 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi blu

Pengumpulan data lama penggunaan aplikasi blu diperlukan untuk mengidentifikasi tingkat pengalaman pengguna terhadap layanan aplikasi blu by

BCA Digital. Berikut disajikan data responden berdasarkan lama penggunaan aplikasi blu by BCA Digital:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi blu

No.	Lama Penggunaan	Frekuensi	Presentase
1	3 – 6 bulan	10 Orang	9%
2	6 – 12 bulan	36 Orang	32%
3	1 - 3 tahun	47 Orang	42%
4	>3 tahun	19 Orang	17%
	Jumlah	112 Orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.5, menunjukkan bahwa lama penggunaan aplikasi blu by BCA Digital di dominasi oleh kategori 1 -3 tahun, yaitu sebanyak 47 orang (42%). Dilanjut dengan kategori 6 – 12 bulan sebanyak 36 orang (32%), kategori >3 tahun sebanyak 19 orang (17%), dan kategori 3 – 6 bulan sebanyak 10 orang (9%). Hal tersebut dapat disebabkan karena pemasaran blu by BCA Digital di Kota Semarang masih relatif baru.