

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dimasa pandemi, tuntutan akan digitalisasi muncul akibat berubahnya ekspektasi masyarakat terhadap layanan keuangan yang lebih cepat dan efisien. Bank harus mampu melayani nasabah secara cerdas agar dapat bertahan dan berdaya saing. Digitalisasi telah mengurangi aktivitas nasabah di cabang secara signifikan, namun tidak dapat menggantikan keberadaan fisik cabang itu sendiri. Karena tidak bisa dipungkiri masih terdapat nasabah yang belum siap secara digital dan masih puas dengan layanan *direct banking* atau layanan perbankan secara langsung, serta hal-hal besar yang masih harus dilakukan secara fisik. Bank digital saat ini hadir untuk lebih fokus memproses transaksi individu dan retail (Yolandha, 2021).

Beberapa perusahaan perbankan menyediakan platform pendukung untuk menunjang hal tersebut, salah satunya adalah perbankan digital. Bank digital berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2021 adalah bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Pertumbuhan bank digital di Indonesia diperkirakan akan terus berlanjut karena potensi pendapatan perbankan yang menjanjikan, masih tingginya potensi masyarakat termasuk UMKM yang belum tersentuh layanan perbankan dan pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia yang cukup tinggi akan meningkat.

Pada bulan Maret tahun 2023, nilai transaksi pembayaran Uang Elektronik (UE) meningkat 11,39% (YoY) mencapai Rp34,1 triliun. Nilai transaksi perbankan digital meningkat 9,88% (YoY) menjadi Rp4.944,1 triliun. Nilai transaksi ATM, debit dan kartu kredit ikut meningkat sebesar 0,45% (YoY) menjadi Rp707,1 triliun. Pertumbuhan transaksi ekonomi dan keuangan digital diprediksi dengan terus tumbuhnya aktivitas masyarakat serta perluasan dan optimalisasi ekosistem pengguna (Bank Indonesia, 2023).

Salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia merespon adanya perkembangan era digital khususnya di bidang perbankan. PT Bank Digital BCA mengembangkan aplikasi perbankan digital bernama Blu yang diluncurkan pada 2 Juli 2021. Pada tahap awal peluncurannya, Blu menawarkan produk keuangan dan layanan pembayaran yang lebih beragam sesuai kebutuhan pasar, khususnya literasi keuangan digital dengan sasaran sebagian besar generasi Milenial dan Gen Z. Beberapa hal yang dapat membedakan dari aplikasi *M-Banking* adalah adanya berbagai fitur yang tidak dimiliki oleh *M-Banking*. Selain tabungan, aplikasi Blu menawarkan kemudahan seperti Tarik Tunai tanpa kartu, Menabung, serta Patungan *online* bersama teman, dan juga berinvestasi dengan cara deposito. Kepala komunikasi pemasaran Blu by BCA Digital Duardi Prihandiko dalam (Andarnigtyas, 2023) menyatakan bahwa Dengan banyaknya kebutuhan dan keperluan di masa depan termasuk untuk keperluan hiburan, menabung menjadi salah satu cara agar keuangan lebih terkontrol. Maka dari itu, Blu merupakan salah satu solusi bank digital yang menyediakan atau mendukung untuk perencanaan keuangan masyarakat di era digital bank saat ini.

Segmen individu dan UMKM menjadi sasaran pasar dari produk dan layanan perbankan BCA Digital. Realisasi penyediaan produk dan layanan untuk segmen individu telah dimulai di tahun 2021. BCA Digital mendapatkan 552.100 nasabah dan terkumpulnya Rp1,7 triliun. Pada tahun 2022, BCA Digital akan memperluas jaringan segmentasi terhadap nasabah UMKM terutama skala usaha kecil atau mikro. Menurut laporan tahunan BCA Digital tahun 2021, BCA Digital akan memanfaatkan *digital platform* dalam melakukan kegiatan pemasaran secara intensif supaya dapat mencapai *digital savvy people*, serta melakukan kolaborasi dengan mitra digital sesuai basisnya sebagai bank digital. Dalam era digitalisasi ini, diperlukannya pemasaran yang berfungsi untuk menetapkan serta mengatur arah untuk jalannya bisnis. Hal ini dapat membantu agar lebih mudahnya mencapai tujuan dan lebih termotivasi untuk melihat masa depan perusahaan yang dikelola.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang diatas maka penulis akan menulis Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Tinjauan Bauran Pemasaran Blu by BCA di Era Digital Bank”**.

I.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui fitur-fitur yang ditawarkan oleh Blu by BCA
2. Mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh Blu di era digital.
3. Mengetahui dampak bauran pemasaran transaksi digital BCA terhadap peningkatan transaksi di tahun 2021 dan 2022

I.3 Manfaat

Manfaat dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan bahan referensi bagi para pembaca untuk mendapat pengetahuan terkait bauran pemasaran pada perbankan digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Sektor Perbankan

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu sektor perbankan dalam dorongan untuk pengembangan perbankan digital kedepannya.

- b. Bagi Nasabah

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu nasabah dalam mengetahui dan memahami fitur-fitur layanan perbankan digital yang ditawarkan