



---

**PERKEMBANGAN BISNIS PERBANKAN MELALUI ARTIFICIAL  
INTELLEAGENT**  
**(Studi Kasus Analisis Strategi Bisnis Digital Pada PT Bank Central Asia Tbk)**

***BANKING BUSINESS DEVELOPMENT THROUGH ARTIFICIAL  
INTELLEAGENT***  
***(Case Study: Digital Business Strategy Analysis at PT Bank Central Asia Tbk)***

Vera Maria<sup>1</sup>, Rany Tri Suwarni<sup>2</sup>, Putri May Lani<sup>3</sup>, Vicko Ratna Saputra<sup>4</sup>

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: vera.maria@untirta.ac.id

---

**Article Info**

**Article history :**

Received : 13-11-2025

Revised : 14-11-2025

Accepted : 16-11-2025

Pulished : 18-11-2025

---

**Abstract**

*Digitalization is driving change in the banking industry, particularly in Indonesia. As one of the largest private banks, PT Bank Central Asia Tbk faces challenges and opportunities in maintaining its position amidst competition with digital wallets (e-wallets) that offer convenience. This study aims to analyze the role of banking as the backbone of the economy and the strategy of implementing Artificial Intelligence (AI) as a business strategy innovation that supports PT Bank Central Asia Tbk in facing digital competition. The research method used is descriptive qualitative based on literature studies. The results of the study indicate that BCA plays an important role in maintaining economic stability through financial intermediation. The implementation of AI at PT Bank Central Asia Tbk, such as Virtual Assistant (VIRA) and biometric verification, has had a positive impact in the form of operational efficiency, increased security, and a better customer experience despite facing challenges such as data privacy, customer digital literacy, and technology implementation costs. The study concludes that AI is a strategic instrument for PT BCA Tbk in facing competition in the digital era for business sustainability in the banking industry.*

**Keywords: Bank Central Asia; Artificial Intelligence; Banking**

---

**Abstrak**

Digitalisasi mendorong perubahan dalam industri perbankan, khususnya di Indonesia. Sebagai salah satu bank swasta terbesar, PT Bank Central Asia Tbk menghadapi tantangan dan peluang dalam mempertahankan posisinya di tengah persaingan dengan dompet digital (e-wallet) yang menawarkan kepraktisan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran perbankan sebagai tulang punggung perekonomian serta strategi penerapan Artificial Intelligence (AI) sebagai inovasi strategi bisnis yang mendukung PT Bank Central Asia Tbk dalam menghadapi persaingan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif berbasis studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan BCA berperan penting dalam menjaga stabilitas perekonomian melalui intermediasi keuangan. Penerapan AI di PT Bank Central Asia Tbk seperti Virtual Assistant (VIRA) hingga verifikasi biometrik, memberikan dampak positif berupa efisiensi operasional, peningkatan keamanan, dan pengalaman nasabah yang lebih baik meski dihadapkan tantangan privasi data, literasi digital nasabah, serta biaya implementasi teknologi. Penelitian menyimpulkan bahwa AI merupakan instrumen strategis PT BCA Tbk dalam menghadapi persaingan di era digital untuk keberlanjutan bisnis di Industri perbankan.

**Kata kunci: Bank Central Asia; Kecerdasan Buatan; Perbankan**



## **PENDAHULUAN**

Perbankan merupakan sektor Industri yang sangat penting dalam perekonomian karena berperan sebagai tulang punggung perekonomian dengan fungsi utama menyalurkan dana dari unit ekonomi yang surplus kepada unit ekonomi yang defisit (Intermediary Institution). Di era globalisasi perubahan gaya hidup, Pertumbuhan dompet digital (e-wallet) dan Munculnya generasi Z menuntut industri perbankan untuk terus berinovasi dari paradigma perbankan tradisional menuju pradigma digital. Konsep perubahan ini mengacu pada pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pelayanan, mengoptimalkan operasional, dan menyediakan produk/fitur yang serba digital.

Salah satu tantangan terbesar perbankan adalah pertumbuhan e-wallet yang sangat pesat dan jauh lebih tinggi dibandingkan kartu kredit maupun debit, dengan data pertumbuhan e-wallet sekitar 80% per tahun sedangkan kartu kredit/debit hanya sekitar 1,5%. Hal tersebut menunjukkan adanya perpindahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi. Lalu munculnya Gen Z yang memiliki pemikiran terbuka akan teknologi memperkuat tren tersebut. Mereka menuntut layanan perbankan digital yang efektif, serba cepat, mudah, dan aman. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi industri perbankan.

Dalam konteks ini munculnya inovasi Artificial Intellegent (AI) menjadi solusi straregis dan menarik untuk dikaji, Karena AI dapat menjadi strategi inovasi bank dalam beroperasi untuk meningkatkan daya saing Perbankan pada era digitalisasi. Namun di sisi lain resiko penerapan AI tidak bisa dihindari dan harus dikelola agar perubahan digital dapat diterima luas oleh nasabah dan memberikan manfaat yang efektif.

Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tema Perkembangan Bisnis Perbankan melalui Artificial Intellegent (Studi Kasus Analisis Strategi Bisnis Digital Pada PT Bank Central Asia Tbk). Adapun rumusan masalah penelitian ini terkait dengan pertama, bagaimana peran perbankan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia pada era digitalisasi? Kedua apa dampak yang ditimbulkan persaingan terhadap strategi bisnis perbankan, khususnya PT Bank Central Asia Tbk? Ketiga bagaimana cara pemanfaatan teknologi Artificial Intellegent sebagai strategi PT Bank Central Asia Tbk dalam menghadapi tantangan di era digitalisasi?.

## **Kajian Teoritis**

### **1. Teori Intermediasi Keuangan (Financial Intermediation Theory)**

Menurut Gurley & Shaw (1956) teori intermediasi merupakan salah satu fungsi di lembaga keuangan, bank memiliki fungsi yang besar dalam perekonomian negara yaitu intermediasi dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana.

### **2. Teori Persaingan Industri**

Five Forces (Michael E. Porter, 1979) adalah Metode yang digunakan untuk menilai dan memahami tingkat persaingan dalam suatu industri, serta bagaimana kekuatan tersebut dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan. Aspek nya meliputi: (1) Ancaman Pendatang Baru, (2) Kekuatan Tawar-menawar Pemasok, (3) Kekuatan Tawar-menawar Pelanggan, (4) Ancaman Produk atau Jasa Pengganti, (5) dan Intensitas Persaingan dalam Industri.



### **3. Teori Transformasi Digital**

Menurut (Vial, 2019), Transformasi digital adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan entitas dengan memicu perubahan signifikan pada propertinya melalui kombinasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas.

### **4. Teori Inovasi**

Menurut Teori Schumpeter, kunci utama perkembangan ekonomi adalah para inovator dan wiraswasta. Kemajuan ekonomi suatu masyarakat hanya bisa terwujud dengan adanya inovasi oleh para entrepreneur.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode ini berfokus pada penggambaran bagaimana *Artificial Intellegent (AI)* dalam strategi bisnis perbankan.

### **Data Sekunder**

Cara pengumpulan data melalui literatur dari jurnal ilmiah, artikel dan sumber lainnya.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan dengan cara: (1) Mengumpulkan data yang berkaitan dengan penerapan AI pada PT BCA Tbk, (2) Mengklasifikasikan data berdasarkan aspek peran perbankan, persaingan e-wallet, inovasi dan perubahan digitalisasi, serta strategi penggunaan AI, (3) Menganalisa data berdasarkan teori yang digunakan dan membuat kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Peran Perbankan Sebagai Tulang Punggung Perekonomian Indonesia dan Posisi Strategis PT Bank Central Asia Tbk**

Perbankan merupakan tiang utama sebagai pengatur aliran modal, investasi, dan layanan keuangan. Dengan prinsip-prinsip yang ditegakkan dan praktik-praktik yang tidak berhenti berkembang, sektor perbankan menjadi pilar yang dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi pada suatu negara.

Teori Intermediasi Keuangan merupakan salah satu teori yang mendominasi dalam peran lembaga keuangan di perekonomian. Menurut Gurley dan Shaw (1956), bank memiliki fungsi yang besar dalam perekonomian negara yaitu intermediasi dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Hal tersebut berarti perbankan memiliki pengaruh terhadap perkembangan ekonomi suatu negara.

Selanjutnya, Sebagai bank swasta terbesar yang ada di Indonesia, PT Bank Central Asia Tbk memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga aset pasar untuk menyediakan akses keuangan bagi berbagai sektor perekonomian. Dukungan PT Bank Central Asia Tbk BCA tidak hanya berperan dalam menyediakan pembiayaan untuk sektor-sektor ekonomi (UMKM, konsumsi rumah tangga, dan investasi infrastruktur), tetapi juga berfungsi sebagai penyedia



likuiditas yang mendukung daya beli masyarakat dan sektor industri (Rahman & Budiyo, 2022).

## 2. Dinamika Persaingan dan Tuntutan Digitalisasi

Persaingan Ketat Dengan E-wallet sesuai teori Five Forces (Michael E.Porter) :

- a. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*) : Masuknya inovasi baru seperti *e-wallet* memudahkan masyarakat dalam bertransaksi melalui teknologi, namun tak terlepas dari hambatannya yaitu kepercayaan. Inovasi ini tentunya dapat mempengaruhi esensi usaha.
- b. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*) : Pemasok yang memiliki dukungan besar dapat menaikkan harga bahan baku atau menurunkan kualitas barang dan jasa yang akan disediakan.
- c. Kekuatan Tawar Menawar Pelanggan (*Bargaining Power of Buyers*) : Pengguna memiliki beragam pilihan dan sedikit hambatan yang membuatnya beralih, maka pelanggan dapat mengharapkan harga yang lebih rendah atau kualitas produk yang tinggi.
- d. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*) : Sistem tradisional perbankan terancam oleh teknologi terbaru seperti *e-wallet* yang beragam. Semakin beragam pilihan akan membuat resiko bagi perbankan semakin besar.
- e. Intensitas Persaingan Dalam Industri (*Rivalry Among Existing Competitors*) : Tingkat persaingan dapat dilihat dari aspek persaingan fitur, promosi, dan branding yang di tahap tidak mudah, dengan ini perbankan harus memperjuangkan eksistensinya dalam mempertahankan pasar dan profitabilitasnya.

Lebih lanjut, perbankan juga di tuntut melalui perubahan pola masyarakat terutama Generasi Z yang tumbuh di era digital yang dimana generasi ini telah terbiasa dalam penggunaan aplikasi dan pelayanan *online* untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, termasuk keuangan. Atas dasar tersebut perbankan dituntut untuk terus melakukan perubahan, sebagaimana nasabah saat ini ingin layanan yang serba cepat, aman, dan dapat diakses kapan dan di mana saja hanya melalui *smartphone* Lalu disrupsi *e-wallet* sebagai dompet digital yang tumbuh pesat dengan berbagai pilihan seperti gopay, dana, ovo yang lebih menawarkan kepraktisan dan kecepatan kepada pengguna menjadi ancaman bagi bank jika tidak berinovasi, nasabah bisa beralih ke layanan yang di anggap lebih praktis dan bank tidak dapat mempertahankan keberadaannya untuk bersaing dengan pesaingnya.

Oleh karena itu, PT Bank Central Asia Tbk melakukan perubahan strategi ke arah digital dengan dua fokus utama: Penguatan myBCA sebagai aplikasi serba bisa, kemudian meluncurkan Blu by BCA Digital untuk menjangkau generasi baru seperti Gen Z dan milenial. Melalui produk tersebut PT Bank Central Asia Tbk telah melakukan beragam terobosan inovasi serta langkah strategis sebagai bentuk respon terhadap perubahan perilaku yaitu dengan meneliti secara khusus untuk melihat dampak kualitas aplikasi dan promosi pada Gen Z dalam memilih Blu by BCA sebagai layanan perbankan, dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Namun, menurut Forum World Economic Forum menyebutkan bahwa meskipun Gen Z mengharapkan layanan yang serba digital, generasi tersebut cenderung memiliki kepercayaan terhadap perbankan dalam hal keamanan data, itu berarti perbankan harus dapat



mempertahankan kepercayaan seraya terus mengembangkan layanan digital agar tetap bisa mempertahankan keberadaannya.

### 3. Penerapan Artificial Intellegent (AI) Dalam Strategi Bisnis PT Bank Central Asia Tbk

Sekitar 40 tahun yang lalu, hubungan antara bank dan nasabah masih bersifat manual. Namun kini, semakin cepatnya perkembangan teknologi, aktivitas antara nasabah dan bank dapat dilakukan dengan waktu singkat menggunakan aplikasi berbasis *Artificial Intellegent* yang disediakan. Kecerdasan buatan telah menjadi suatu hal yang pasti dalam sektor perbankan. Melalui pemanfaatan AI tersebut, kinerja bank semakin produktif dan efektif dan sudah pasti berdampak juga dalam meningkatkan potensi keuntungan. Lantas, bagaimana tren penerapan AI dalam strategi bisnis PT Bank Central Asia Tbk?

PT Bank Central Asia Tbk menjadi pembuka jalan dalam penerapan AI dalam perbankan, secara lebih mendalam BCA turut melakukan dorongan dalam memperkuat kesiapan berbagai sektor industri agar dapat mengadopsi perkembangan AI secara cepat dan adaptif. Hal ini disampaikan langsung oleh, Presiden Direktur BCA Hendra Lembong dalam BCA Data Conference 2025 yang menyampaikan AI saat ini sudah memberikan dampak besar di banyak industri dan membuka banyak peluang, sehingga AI dipandang sebagai instrumen penting untuk meningkatkan efisiensi, memperkuat layanan, serta mendorong inovasi berkelanjutan. Berikut ini merupakan berbagai wujud penerapan AI yang dijadikan strategi bisnis oleh PT Bank Central Asia dalam memberikan respon digitalisasi :

- a. *Virtual Assistant* (VIRA), memiliki fungsi dalam pelayanan nasabah secara otomatis dengan menggunakan pemanfaatan teknologi pemrosesan bahasa alami (Natural Language Processing/NLP).
- b. *Fraud Detection System*, dibuat untuk mendeteksi suatu potensi penipuan, seperti transaksi yang dinilai abnormal, upaya pengambilalihan akun, serta pemalsuan biometrik.
- c. *Biometric Security* dan *Verifikasi Digital*, fitur tersebut yang diterapkan pada aplikasi myBCA untuk menjamin keamanan saat melakukan pembukaan rekening digital.

Dari Inovasi AI di PT BCA tak terlepas pula dari tantangannya, yaitu: (1) Harus memiliki data yang telah tervalidasi sebagai data yang netral, (2) Memiliki kewajiban untuk menjaga privasi data sesuai UU Perlindungan Data Pribadi, (3) Beban investasi yang tinggi dalam pembangunan infrastruktur teknologi dan pengembangan SDM, (4) Terjadinya kesenjangan pemahaman digital dan kesulitan adaptasi di kalangan nasabah.

Oleh karena itu, untuk mengatasi berbagai tantangan yang ditimbulkan, PT Bank Central Asia melakukan strategi pengelolaan AI, seperti:

- a. Sandbox approach, merujuk pada pengembangan AI yang terkendali dan memungkinkan kontrol penuh terhadap penggunaannya.
- b. Observabilitas dan feedback berkelanjutan, hal tersebut dilakukan guna menjaga dan memastikan sistem AI tetap responsif dan akurat dalam perubahan data dan konteks.
- c. Proteksi data berlapis, tentu hal ini adalah hal yang wajib untuk dilakukan karena untuk menjaga keamanan data nasabah pada segala situasi dan kondisi.



Apabila dilakukan tinjauan dari sisi teori, penerapan AI di PT Bank Central Asia sejalan dengan Teori Inovasi menurut Schumpeter, yang menegaskan bahwa kemajuan ekonomi digerakkan oleh inovasi teknologi dan kreativitas pelaku usaha. PT Bank Central Asia melalui pemanfaatan AI telah berhasil melahirkan berbagai layanan baru, mengevaluasi dan memperbaiki sistem sebelumnya, dan meningkatkan efisiensi bisnis. Di samping itu, peristiwa ini juga merepresentasikan Teori Transformasi Digital (*Vial, 2019; Libert, 2016*), di mana digitalisasi tidak hanya sekadar penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan fundamental dalam proses bisnis, penciptaan nilai, dan hubungan dengan pelanggan.

#### **4. Peluang, Tantangan, dan Rekomendasi Strategis PT Bank Central Asia Tbk**

##### ***Peluang***

##### **a. Inklusi Keuangan**

Pemanfaatan AI, menimbulkan peluang untuk memperluas jangkauan layanan hingga kepada berbagai kelompok masyarakat yang sebelumnya belum pernah terjangkau. Lewat analisis data yang lebih akurat, PT Bank Central Asia Tbk dapat meluncurkan berbagai inovasi yang menyesuaikan dengan kebutuhan individu maupun pelaku usaha.

##### **b. Efisiensi Operasional**

Penerapan AI memiliki potensi dapat menekan biaya operasional sekaligus meningkatkan layanan dengan percepatan dan peningkatan akurasi. Misalnya, penggunaan machine learning di PT Bank Central Asia Tbk membantu mengurangi waktu transaksi di ATM sekitar 0,28 menit dan *VIRA (chatbot)* menjadi contoh bagaimana teknologi meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan efisiensi tersebut, PT Bank Central Asia Tbk dapat menempatkan sumber daya pada inovasi pada pengembangan produk inovatif dan ekosistem digital, sehingga dapat memberikan kekuatan yang besar untuk daya saing di tengah segala persaingan yang menjadi tantangan untuk perbankan.

##### **c. Peningkatan Loyalitas Nasabah**

Pemanfaatan AI tentunya membuka peluang bagi BCA dalam menyediakan rekomendasi produk dan layanan yang lebih personal dan sesuai kebutuhan nasabah. Interaksi yang terjalin secara personal berperan besar dalam peningkatan kepuasan dan keterikatan nasabah melalui inovasi layanan, hal ini menunjukkan teknologi berdampak besar sehingga menciptakan fondasi awal loyalitas yang berkelanjutan.

##### ***Tantangan***

##### **a. Regulasi OJK**

PT Bank Central Asia harus patuh pada regulasi seperti Peraturan OJK No. 5 Tahun 2016 yang membahas tentang Rencana Bisnis Bank, Surat Edaran OJK No. 12 Tahun 2021, serta Peraturan OJK No. 3 Tahun 2023 dan No. 22 Tahun 2023 yang berkaitan dengan literasi, inklusi, dan perlindungan konsumen. Hal ini menjadi alasan perbankan dituntut untuk dapat adaptasi cepat terhadap standar keberlanjutan dan berkewajiban untuk melakukan pelaporan rutin ke OJK agar tidak memperlambat perkembangan inovasi.



**b. Cyber Security dan Perlindungan Data**

Keamanan siber telah menjadi tantangan yang sangat krusial dalam perbankan, dikarenakan sangat rentan terkena serangan yang semakin kompleks sehingga perbankan harus menjadikan hal ini sebagai prioritas utama.

**c. Integrasi Teknologi Baru Dalam Sistem yang Sudah Ada**

Teknologi merupakan tantangan tersendiri bagi perbankan untuk terus mengembangkan infrastruktur teknologi yang semakin fleksibel tanpa mengusik sistem yang telah ada dan sudah berjalan.

**Rekomendasi****a. Edukasi dan Literasi Digital Bagi Nasabah**

Edukasi dan literasi dilakukan melalui pengadaan program pelatihan bagi berbagai masyarakat luas. Karena hal itu, diperlukan pula strategi kampanye kesadaran melalui pemanfaatan relasi dari karyawan serta media digital dengan tujuan mendapatkan jangkauan edukasi yang lebih luas lagi dan inklusif.

**b. Investasi Pada Sumber Daya Manusia dan Infrastruktur AI**

Kualitas SDM harus terus ditingkatkan, dengan melakukan pelatihan berkelanjutan yang berhubungan dengan teknologi terbaru serta manajemen resiko digital dengan menciptakan dan memperbarui infrastruktur teknologi pada aplikasi milik PT Bank Central Asia Tbk,

**c. Keamanan Data**

PT Bank Central Asia Tbk tentunya harus melakukan *standart security* yang efektif, seperti *multi-factor authentication* untuk dapat mengikis masalah kebocoran data dan serangan siber, serta tidak berhenti untuk melakukan edukasi terhadap nasabah dan karyawan tentang resiko ancaman digital.

**KESIMPULAN**

Penerapan *artificial intelligence* dalam strategi digital PT Bank Central Asia (BCA) membuka peluang besar bagi pengembangan bisnis perbankan di Indonesia. Melalui AI, BCA mampu memperluas inklusi keuangan dengan menghadirkan layanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat loyalitas nasabah lewat pengalaman yang lebih personal dan relevan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital di sektor perbankan tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan dengan kebutuhan nasabah dan visi jangka panjang institusi. Dengan strategi yang terarah, BCA berpotensi tidak hanya mempertahankan posisinya sebagai bank terdepan, tetapi juga menjadi pelopor dalam membangun ekosistem keuangan digital yang inklusif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

**DAFTAR REFERENSI**

Alfianto, R. (2024). Persaingan Sengit Bank Digital, Gen Z Lebih Banyak Gunakan Fitur *E-Wallet*. *Jawapos.com*. <https://www.jawapos.com/nasional/014844629/persaingan-sengit-bank-digital-gen-z-lebih-banyak-gunakan-fitur-e-wallet>



- Ashri, A. F. (2025). Membaca tren kecerdasan buatan 2025, menyiapkan strategi perbankan. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/artikel/membaca-tren-kecerdasan-buatan-2025-menyiapkan-strategi-perbankan>
- Christiara, N. I., Pradiani, N. T., & Maskan, N. M. (2025). Pengaruh Kualitas Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Gen Z Menjadi Nasabah di Bank Digital Blu Bca Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Kota Malang). *COMSERVA Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11), 4962–4981.  
<https://doi.org/10.59141/comserva.v4i11.2901>
- Estefania, V. E. & Widiyanto, Y. (2024). *REVOLUSI LAYANAN PERBANKAN : STUDI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI AI PADA BANK BCA*. Jurnal Sistem Cerdas dan Rekayasa (JSCR), 6(2), 1-5. <https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/jscr/article/view/732/619>
- GestureCam Innovation for Disabilities brings BCA 1st place in AI driven Bot Competition 2024*. (2024). <https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/media-riset/pressroom/siaran-pers/2024/11/18/02/58/inovasi-gesturecam-untuk-penyandang-disabilitas-bawa-bca-juara-1>
- Indrayani, E., Berlian, S., Lestari, R. P., & Purnomo, R. A. (2025, April). *Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Kinerja Perbankan di Era Transformasi Teknologi*. Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora, 4(3). <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/PESHUM/article/>
- Jelita, I. N. (2025). BCA Dorong Adopsi AI Beretika untuk Dunia Bisnis. *Mediaindonesia.com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/783291/bca-dorong-adopsi-ai-beretika-untuk-dunia-bisnis>
- Mola, T. & Abigail, P. Y. D. (2025) Strategi BCA (BBCA) Kejar Target Kredit dan Jaga NIM 2025. *Premium.bisnis.com*. <https://premium.bisnis.com/read/20250604/656/1882596/strategi-bca-bbca-kejar-target-kredit-dan-jaga-nim-2025>
- Pilo, R. (2023). Mengapa Digitalisasi Perbankan Kini Jadi Kebutuhan Mendesak? *Phintraco Group*. <https://phintraco.com/digitalisasi-perbankan/>
- Pratama, G. (2025). BCA Beberkan Sederet Manfaat penggunaan teknologi AI, Apa Saja? *Infobanknews*. <https://infobanknews.com/bca-beberkan-sederet-manfaat-penggunaan-teknologi-ai-apa-saja/>
- Rahmatika, G. (2023, December 6). Teori Josep Schumpeter: Peran Wirausahawan Sebagai Inovator Ekonomi Melalui Konsep "Destruksi Kreatif". *KOMPASIANA*.  
<https://www.kompasiana.com/ginarahmatika6885/65700e34de948f282277efc2/teori-josep-schumpeter-peran-wirusahaawan-sebagai-inovator-ekonomi-melalui-konsep-destruktif-kreatif?l=c>
- Respati, A. R. & Ika, A. (2025). BCA Dorong Penggunaan AI, Mulai dari Pengelolaan ATM hingga Deteksi Fraud. *KOMPAS.com*.  
<https://money.kompas.com/read/2025/06/17/200118926/bca-dorong-penggunaan-ai-mulai-dari-pengelolaan-atm-hingga-deteksi-fraud>
- Tuban, I. (2025). *Porter's Five Forces: Definisi, Metode Analisis, dan Contoh*. ITB Tuban. <https://itbtuban.ac.id/porters-five-forces-definisi-metode-analisis-dan-contoh/>
- Winata, D. I. (2025). *SEKTOR KEUANGAN SEBAGAI TULANG PUNGGUNG PEREKONOMIAN NASIONAL: ANALISIS VOLATILITAS DAN STUDI KASUS PERUSAHAAN BANK CENTRAL ASIA (BCA)*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan, 5(1). <http://journal3.um.ac.id/index.php/fe/article/download/6725/4381/13671>