
JRAK JURNAL RISET AKUNTANSI DAN BISNIS

VOLUME 9 NO 1
BULAN TAHUN

jrak@plb.ac.id

Trend Penggunaan *BCA Mobile Banking* Dalam Praktik *Cashless Payment Lifestyle*

Rifa Nurul Aulia¹, Budi Harto², Dewi Reniawaty³, Irwan Hermawan⁴, Panji Pramuditha⁴ – Politeknik LP3I

ABSTRAK

Masyarakat kini lebih memilih transaksi elektronik untuk berbelanja yang lebih nyaman. BCA Mobile sudah cukup memenuhi kebutuhan finansial khususnya pada pembayaran transaksi nontunai (cashless) yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Pada saat ini, pembayaran nontunai ini sudah mulai mengakuisisi pembayar dengan uang fisik, Cashless atau pembayaran nontunai sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern dengan alasan keefektifan, keringkasan dan keamanan. Ada 2 cara melakukan pembayaran cashless, yang pertama dengan fitur QRIS dan kedua dengan transfer/debit. Pihak PT Bank Central Asia Tbk selalu berusaha semaksimal mungkin untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan lifestyle dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektifnya penggunaan Aplikasi BCA Mobile terhadap kebutuhan yang memenuhi gaya hidup pembayaran nontunai (Cashless). Data yang diperoleh diambil dari hasil kuesioner yang disebarakan pada masyarakat Bandung dan sekitarnya pengguna Aplikasi BCA Mobile dengan range usia 17-50 Tahun. Diperoleh sampel sebanyak 50 responden, 66% Perempuan dan 34% Laki-laki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Aplikasi BCA Mobile sangat berpengaruh pada kebutuhan finansial, (2) Aplikasi BCA Mobile mendukung segala profesi dan aktifitas finansial, (3) Sistem pembayaran nontunai (Cashless) sudah sangat mengakuisisi sistem pembayaran uang fisik, (4) Sistem pembayaran nontunai (Cashless) menjadi gaya hidup masyarakat kaum gen Z dan Millennial, (5) Keuntungan yang diperoleh masyarakat pada sistem pembayaran nontunai (cashless) pada aplikasi BCA Mobile.

Kata Kunci: *BCA Mobile Banking, Cashless Payment, Lifestyle*

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang memasuki era pembentukan cashless society, dibuktikan dengan Keputusan Pemerintah No. 8/26/PSHM/Humas yang menjadi dasar diselenggarakannya seminar internasional “Towards a Less Cash Society in Indonesia”. sebuah fenomena yang tidak bisa dipungkiri. Less cash society merupakan istilah yang digunakan oleh Bank Indonesia dalam kaitannya dengan cashless society, dimana sebagian masyarakat sudah terbiasa menggunakan cara-cara non tunai, khususnya dalam kegiatan keuangan. Pembayaran tunai yang merupakan

metode pembayaran utama kini telah berubah menjadi kartu nirsentuh, pembayaran listrik dan kertas. Beralih ke sistem pembayaran nontunai membawa beberapa manfaat bagi masyarakat dan hal ini dapat mendorong Bank Indonesia untuk menciptakan lebih sedikit uang tunai (H & Vanomy, 2022). Berdasarkan laman resmi SimiliarWeb: BCA menjadi urutan paling tinggi dengan pengguna terbanyak, BCA Mobile menduduki peringkat pertama *The Most Popular Finance Android Apps* di Indonesia.

Sebagai mobile banking pertama di Indonesia, BCA Mobile pertama kali dirilis pada tahun 2011 dibawah kendali dan pengelolaan PT Bank Central Asia Tbk yang pada saat itu hanya bisa digunakan oleh pengguna BlackBerry. Pada tahun 2012 aplikasi BCA Mobile akhirnya dapat digunakan oleh semua pengguna android dan iOS. Seiring berjalannya waktu, BCA Mobile sangat mengikuti alur perkembangan teknologi dimana Aplikasi BCA Mobile terus melakukan perbaikan dengan melengkapi fitur sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya. Contohnya adalah pada tahun 2017, BCA Mobile berinovasi memberikan fitur Tarik tunai tanpa kartu atm. Pada tahun 2018, BCA merilis QRku, fitur transfer dana antar nasabah BCA dengan hanya menscan kode QR. Di tahun 2019 BCA meresmikan buka rekening via aplikasi BCA Mobile, sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang dan antri di Customer Service untuk pembukaan rekening.

Sejauh ini, BCA Mobile merupakan aplikasi m-banking terlengkap jika dibandingkan dengan aplikasi bank lain. Pencapaian dari tahun ke tahun sangat signifikan, pada saat ini Aplikasi BCA Mobile sudah menjadi user friendly dalam segi design layout sehingga mudah digunakan oleh semua kalangan. Tahun 2022 lalu, BCA kembali dengan inovasinya meresmikan contactless sehingga kasir tidak perlu lagi memegang kartu dan transaksi lebih cepat tanpa pin.

Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembayaran dan transaksi menjadi digital, (Komalasari, Harto, & Setiawan, 2021; Harto, Rinaldi, & Sulistya, 2021) perubahan perilaku pelanggan di masa pandemi dengan diperkenalkannya social distancing mendukung tren e-commerce, di mana pelanggan berusaha memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti sembako dan produk kesehatan melalui saluran online, dengan UKM (Khairunnisa, et al., 2022; Harto, 2020; Harto, Wahyuni, & Sumarni, 2021; Harto & Taufikurachman, 2020) mencoba menggunakan platform digital untuk menjangkau dan memenangkan pelanggan (Harto, Sumarni, Dwijayanti, Komalasari, & Widyawati, 2023; Patilaiya, et al., 2022), sehingga mempercepat kinerja industri perbankan digital (Wakil, et al., 2022). Masyarakat kini lebih memilih transaksi elektronik untuk berbelanja yang lebih nyaman. Inilah cashless society, sebuah fenomena ekonomi dimana masyarakat menggunakan metode pembayaran nontunai untuk setiap transaksi keuangan. Bank Indonesia (BI) menyatakan transaksi uang elektronik meningkat 45,05% year on year (yoy) menjadi Rp209,81 triliun pada triwulan III 2021 (BRIAPI, 2022). Cashless society merupakan konsep ekonomi dimana semua transaksi keuangan dilakukan melalui instrumen non tunai. Tulang punggung masyarakat tanpa uang tunai adalah saluran digital, seperti internet banking, mobile banking, dan dompet elektronik atau digital (Harto, 2022). Dengan demikian, tidak ada tempat bagi alat pembayaran tunai dalam cashless society. Adanya transaksi menggunakan cashless adalah wujud dari perkembangan teknologi. Masyarakat pun telah dikenalkan dengan gaya hidup tanpa uang tunai (cashless society) atau dikenal dengan Gerakan Non Tunai.

Menurut (Khaerunnisa, 2022) Sebagai dukungan atas adanya cashless society Indonesia, Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak 14 Agustus 2014. GNNT bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Dengan demikian, GNNT dan cashless society diharapkan dapat mendorong sistem keuangan

nasional berjalan efektif dan efisien.

Seiring berjalannya waktu, teknologi berkembang dan kebutuhan industri perbankan untuk lebih kompetitif dan sadar akan persaingan yang semakin meningkat (Rachmat, Harto, Fauzan, & et. al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan inovasi, untuk itu dibutuhkan pelayanan, keamanan dan kenyamanan. Salah satunya adalah kesadaran akan pengembangan sistem teknis, penggunaan sumber daya manusia yang berkualitas (Harto, 2022) dengan cara yang berdampak signifikan bagi perusahaan dan kenyamanan pengguna layanan. Kemudahan yang diberikan karena faktor teknologi, sehingga peran teknologi sangat besar dalam industri perbankan. (Aulia, 2022; Harto, Mobile Marketing dan Web Analytics, 2022).

LANDASAN TEORI

Sejak menjadi lebih luas beberapa tahun yang lalu dan menjadi benar-benar diterima oleh masyarakat umum, masyarakat tanpa uang tunai menjadi lebih efisien, praktis, cepat, dan mudah digunakan. Selain itu, banyaknya uang elektronik, menjamurnya dompet digital yang menampilkan penawaran cashback yang menarik, dan prevalensi kartu debit di kalangan karyawan bank telah membuat masyarakat umum tidak perlu menarik uang tunai dalam jumlah besar saat bepergian (OJK, 2021). Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia (BI) mengumumkan pembentukan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yang bertujuan untuk mengembangkan sistem pembayaran yang jujur, efisien, dan tahan lama yang pada akhirnya akan memungkinkan sistem keuangan negara beroperasi secara efisien dan efektif. Selain itu, diharapkan GNNT akan mampu mengurangi kendala dalam proses pembayaran, seperti uang yang tidak dikirim karena lusuh, sobek, atau tidak mudah dimakan, dan meningkatkan efisiensi selama transaksi di mana masyarakat umum tidak perlu menyediakan uang dalam jumlah besar. Dengan melakukan ini, dimungkinkan untuk meningkatkan efisiensi transaksi dengan menghilangkan kemungkinan kesalahan manusia atau mekanis, serta akan mampu memimpin cashless society (Bank Indonesia, 2020).

Menurut angka resmi, jumlah orang di Inggris yang menjalani "kehidupan hampir tanpa uang tunai" telah meningkat lebih dari setengahnya dalam dua tahun terakhir, mencapai 7,4 juta. Pada tahun 2019, lebih dari satu dari tujuh orang dan satu dari empat orang berusia antara 16 dan 34 tahun memilih untuk menjalani kehidupan yang sebagian besar tanpa uang tunai. Gaya hidup tanpa uang tunai adalah gaya hidup di mana uang kertas dan koin jarang digunakan baik atau tidak pernah sama sekali. Namun, ia menambahkan bahwa lebih dari 2 juta orang masih menggunakan uang kertas dan koin, dan itu "bekerja keras" untuk memastikan bahwa masyarakat umum terus memiliki akses ke uang tunai dan layanan perbankan reguler. Disebutkan bahwa dampak Covid-19 "dapat mempercepat kebiasaan ini bagi banyak pelanggan". Menurut organisasi perbankan, kaum muda memimpin di antara mereka yang menjalani kehidupan tanpa uang tunai sepenuhnya atau sebagian. Menurut laporan tersebut, 24% dari mereka yang berusia 25 hingga 34 tahun dan 25% orang berusia 16 hingga 24 tahun termasuk dalam kategori ini. Namun, ada orang-orang dari segala usia yang jarang menggunakan uang tunai atau tidak pernah; misalnya, 7% dari mereka yang berusia 65 tahun ke atas. Dengan 17 miliar pembayaran yang dilakukan tahun lalu, kartu debit adalah cara yang paling populer. Transaksi nirsentuh kartu debit dan kredit naik 16% menjadi 8,6 miliar. Kelompok advokasi konsumen Yang mana? mengatakan minggu ini bahwa kecuali pemerintah mengambil tindakan untuk mempertahankan sistem kas yang "rapuh", individu yang

kurang beruntung berisiko tidak dapat mengakses uang yang mereka butuhkan untuk membayar produk dan layanan (Jones, 2020).

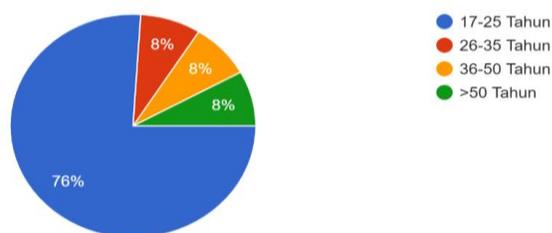
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif yang berusaha untuk memahami fenomena dari pengalaman subjek, misalnya tingkah laku, pengamatan, minat, motif, tindakan, dengan deskripsi kata-kata dan bahasa. Tujuan dari pendekatan kualitatif ini adalah untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Menurut (Khasanah, 2021), dalam penelitian kualitatif, biasanya masalah diambil dari studi kasus subjek. Ada beberapa teknik pengumpulan data kualitatif antara lain wawancara, survei atau observasi langsung. Teknik analisis data deskriptif dalam penelitian kualitatif ini adalah analisis, deskripsi dan ringkasan peristiwa atau fenomena dari informasi yang diperoleh melalui wawancara atau observasi langsung di lapangan. Tujuan analisis deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan secara komprehensif dan lengkap terjadinya berbagai fenomena yang diteliti.

PEMBAHASAN

Segmentasi Pengguna

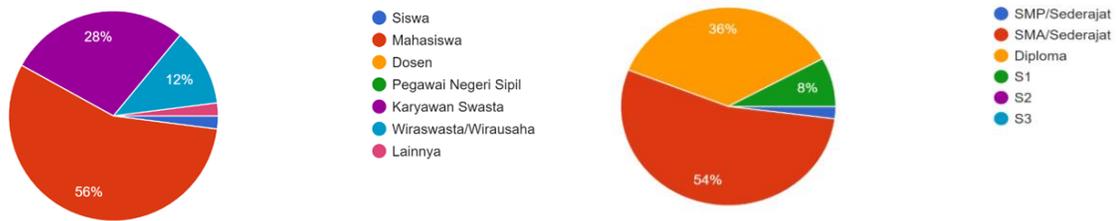
Hasil kuesioner berdasarkan jumlah responden 100 didominasi oleh 76 orang dengan persentase 76% berumur produktif antara 17 sampai 25 tahun. Sisanya 8 responden, masing – masing berada dipersentase 8% di 3 kategori (8 responden/kategori) berada diusia 26 – 35 tahun, 36 – 50 tahun dan >50 tahun. Ini menunjukkan bahwa pembayaran nontunai sudah menjadi pilihan serta memenuhi kebutuhan dan gaya hidup kaum millennial dan gen Z. Dimana mereka sudah sadar dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih dan lebih memilih menjadi pengguna BCA Mobile.



Gambar 1 Segmentasi Pengguna

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

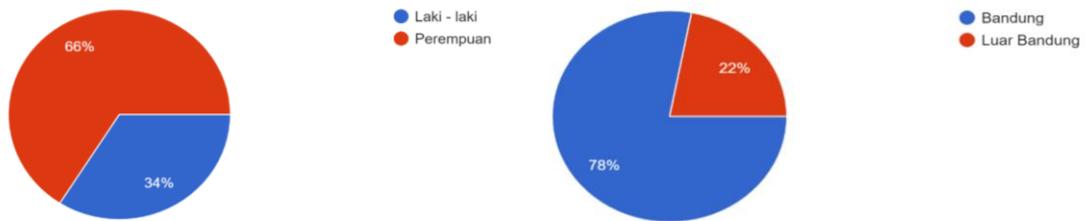
Berdasarkan data yang diperoleh, responden memiliki profesi yang beragam, 56% (56 responden) merupakan mahasiswa, 28% (28 responden) merupakan seorang karyawan swasta, 12% (12 responden) seorang pengusaha. Ini membuktikan bahwa BCA Mobile mendukung segala profesi tanpa batasan.



Gambar 2 Data Pengguna Berdasarkan Pendidikan dan Status Pekerjaan

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

Persentase dari latar belakang pendidikan responden, terlihat bahwa 54% berpendidikan SMA/Sederajat, 36% Diploma, 8% Strata 1 dan sisanya SMP/Sederajat. Berdasarkan data yang diperoleh, responden memiliki profesi yang beragam, 56% (56 responden) merupakan mahasiswa, 28% (28 responden) merupakan seorang karyawan swasta, 12% (12 responden) seorang pengusaha. Ini membuktikan bahwa BCA Mobile mendukung segala profesi tanpa batasan.



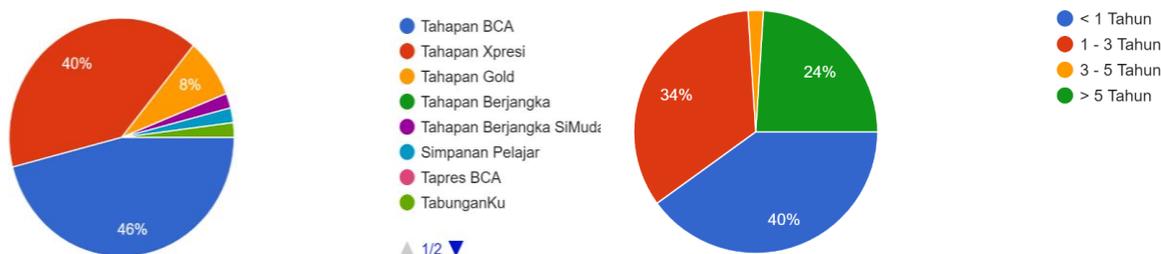
Gambar 3 Data Pengguna Berdasarkan Jenis Kelamin dan Domisili

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

Responden berjenis kelamin 66% perempuan dan 34% laki-laki, diperlihatkan dalam diagram grafik diatas yang mayoritas responden merupakan masyarakat yang berdomisili di Bandung sesuai lokus penelitian, 78% (78 responden) merupakan warga Bandung dan sisanya 22% (22 responden) merupakan warga luar Bandung. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Bandung sudah menggunakan aplikasi BCA Mobile sebagai pilihan dan kebutuhan finansial.

Customers Experience

Dari gambar diagram 4 menunjukkan adanya titik imbang pada responden yang merupakan nasabah lama dan nasabah baru. Ini memperlihatkan bahwa pengguna produk BCA tidak pernah berkurang tiap tahunnya. Akan selalu ada timbal balik daripada adanya inovasi produk dan pengembangan teknologi dan SDM.

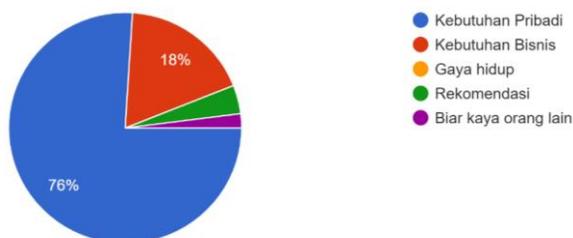


Gambar 4 Data Berdasarkan Produk dan Lama Penggunaan

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

Sebesar 46% responden menggunakan jenis Tahapan BCA ini biasanya digunakan oleh perusahaan perseorangan atau penggunaan masyarakat menengah keatas,40% menggunakan Tahapan Xpresi sedangkan Xpresi sendiri lebih mengarah kepada kaum muda seperti millennial dan Gen Z, 8% menggunakan jenis Tahapan Gold, menurut (R, 2022) BCA Tahapan Gold merupakan tabungan yang dirancang khusus untuk para pebisnis. Dengan penghematan tersebut, Anda dapat menjaga kredibilitas transaksi bisnis dan mempercepat berbagai kebutuhan transaksi.

BCA Tahapan Gold dapat digunakan untuk transaksi 24/7. Tahapan Gold juga menawarkan pelanggan kesempatan untuk berdagang tanpa paassboo. Ini menunjukkan bahwa setiap responden menggunakan jenis tabungan BCA berdasarkan kebutuhan.



Gambar 5 Data Alasan Menggunakan Mobile Banking BCA

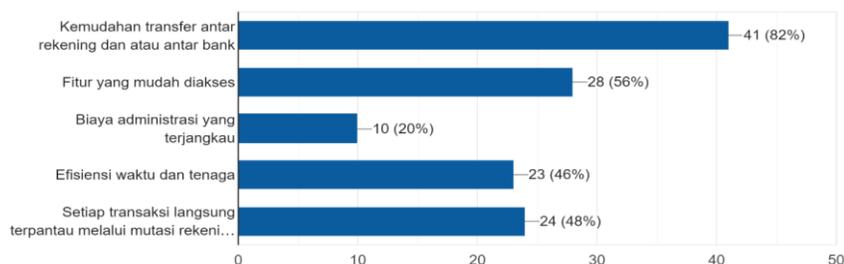
Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

Pada Gambar diagram 5 diatas, terlihat bahwa responden menggunakan aplikasi Mobile Banking BCA, sebesar 76% (76 Responden) untuk alasan kebutuhan pribadi, 18% (18 Responden) untuk kebutuhan bisnis, sisanya rekomendasi dan alasan lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jelas pada hal ini bahwa aplikasi BCA Mobile digunakan untuk kebutuhan pribadi maupun kebutuhan bisnis yang direkomendasikan.

Lifestyle Cashless Behavior

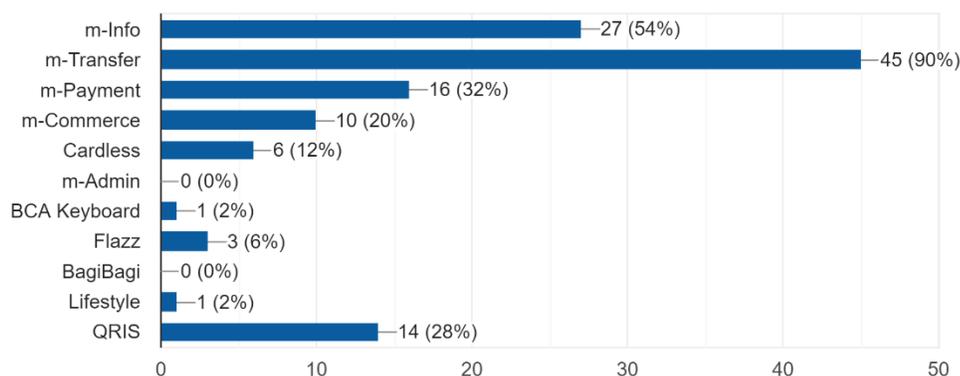
Gaya hidup sudah semakin seimbang dengan kebutuhan manusia. Salah satunya adalah saat bertransaksi, 82% merasa diuntungkan ketika menggunakan aplikasi BCA Mobile karena kemudahan transfer antar rekening dan atau antar bank. Transfer inilah yang menjadi salah satu alasan masyarakat nyaman menggunakan transaksi digital, selain daripada lebih cepat, sistem

transfer ini tergolong efektif dan efisien karena kita hanya perlu membuka satu aplikasi di smartphone tanpa harus jauh-jauh ke ATM dan 23% responden setuju akan hal itu. Selain dari sistem yang sudah menyediakan akses yang mudah, juga 20% setuju bahwa biaya admin sangat terjangkau. Selanjutnya adalah 28% responden merasakan keuntungan karena fitur BCA Mobile yang mudah digunakan oleh semua pengguna, setiap menu sudah tersedia title yang jelas juga dikategorikan pada tiap jenis transaksi. 24% merasa untung karena aplikasi BCA Mobile merekam setiap jejak transaksi pada mutasi rekening.



Gambar 6 Manfaat Mobile Banking BCA Bagi Pengguna

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022



Gambar 7 Data Customer Experience Berdasarkan Fitur Penggunaan Fitur

Sumber: Hasil Penelitian Survei, 2022

Melanjutkan pembahasan diatas, disajikan data diagram yang menunjukkan bahwa 45 dari 100 pengguna memilih fitur m-transfer, transfer adalah layanan yang ditawarkan oleh bank atas permintaan pelanggan untuk mentransfer sejumlah uang tertentu (Malik, 2019). Pengiriman uang dapat dilakukan dari satu bank ke bank lain dalam satu wilayah juring yang sama, dari satu rekening ke rekening lain, ke cabang yang sama, atau ke bank yang sama tetapi ke cabang yang berbeda. fitur pemindahan sejumlah uang dari satu rekening ke rekening lain, fitur ini yang sering digunakan oleh responden di aplikasi BCA Mobile. Ini menunjukkan bahwa aplikasi BCA Mobile dinilai efektif pada sistem transaksi nontunai (m-Transfer dan m-Payment).

Word of Mouth Pengguna Mobile Banking BCA

Dari mulut ke mulut sering disamakan dengan viral marketing, yang merupakan teknik untuk menyebarkan informasi dari satu situs web atau pengguna ke situs web atau pengguna lain, dengan potensi untuk menciptakan epidemi yang berpotensi menular dari mulut ke mulut yang mirip dengan virus (Mahmudah, 2021). Berdasarkan hasil survey terhadap pengguna mobile *MBanking* BCA, dihasilkan sebanyak 46% responden dengan senang hati telah merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain, 36% sudah merekomendasikannya kepada rekan-rekannya dikarenakan pengalaman pengguna. Dan sisanya lebih tidak menanggapi untuk merekomendasikan.

Kemudahan Dalam Transaksi dan Penggunaan Fitur QRIS

Kemudahan penggunaan sistem yang dirasakan digambarkan sebagai "sebagai sebuah tingkat keyakinan dalam diri seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu terlibat dalam keras usaha. Kemudahan penggunaan dikatakan juga sebagai kondisi di mana seseorang memahami bahwa suatu teknologi tertentu dapat dipahami dan diterapkan dengan relatif mudah. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan banyak yang menjadi tolok ukur atau sebuah indikator pada sebuah sistem informasi (*Mobile Banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilan dari situs Perbankan yang mudah dimengerti dan dipahami (nasabah).

Berdasarkan hasil survey dari 100 responden 42% memberikan respon sangat positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi dan bertransaksi dengan menggunakan fitur payment seperti transfer ataupun fitur yang sedang terkini yaitu QRIS yang banyak dipakai kaum milenial. Dan 40% atau 40 responden memberikan respon positif dan baik terkait pengalaman mereka menggunakan aplikasi dan fitur m-Banking BCA. Selebihnya responden memberikan respon biasa saja terkait pengalaman kemudahan bertransaksinya. Sebagian besar responden juga memberikan respon positif terkait pembayaran nontunai ini, karena lebih memudahkan dalam bertransaksi tanpa harus membawa dana fisik. Serta mempercepat proses transaksi pembayaran dibandingkan dengan menggunakan uang tunai yang pastinya akan menggunakan waktu lebih lama dalam prosesnya.

Kenyamanan dan Keamanan Transaksi

Keyakinan suatu pihak pada pihak lain dalam suatu hubungan dikenal sebagai kepercayaan. Keyakinan ini didasarkan pada kepercayaan partai terhadap kemampuan pihak lain untuk memenuhi semua komitmen yang diharapkan. Nasabah lebih cenderung melakukan transaksi perbankan ketika mereka merasa dipercaya. Ketika datang untuk menggunakan mobile banking, mayoritas pengguna tidak sepenuhnya memahami risiko keamanan dan kerahasiaan yang terlibat; Sebaliknya, mereka hanya berasumsi bahwa bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, meskipun konsumen tidak menyadari seberapa kuat fitur-fitur ini. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan aspek krusial dalam memotivasi nasabah untuk melakukan kegiatan perbankan (Fitriyani, 2021).

Berdasarkan hasil survey kepada 100 responden, sebesar 42% memberikan respon positif terhadap kepercayaan dan keamanan system pembayaran menggunakan m-banking serta terjamin keamanan dan tidak rentan mengalami pencurian, pembobolan, penipuan maupun sejenis lainnya. Serta 24% bahkan memberikan tanggapan sangat positif terhadap pernyataan peneliti. Dan

sebagian kecil memberikan tanggapan yang berbeda. Sebagian besar responden sangat terbantu dengan adanya m-Banking, dimana sangat memudahkan dalam tugas-tugas pekerjaan dan mendukung profesinya. Sebagian besar responden belum pernah menemukan kendala yang berarti dalam penggunaan aplikasi ini, walaupun ada kendala lebih kepada system jaringan seluler pada saat melakukan transaksi pembayaran dengan cashless.

Pada saat ini, pembayaran nontunai yang didukung oleh aplikasi BCA Mobile mudah ditemui dimanapun karena sudah tersedia pada opsi pembayaran di semua transaksi yang berlaku. Responden selaku nasabah tidak kesulitan saat ingin melakukan transaksi nontunai pada transaksi apapun khususnya di Kota Bandung.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi BCA Mobile sudah cukup memenuhi kebutuhan finansial khususnya pada pembayaran transaksi nontunai (cashless) yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hanya dengan membawa ponsel tanpa kartu, pengguna dapat melakukan pembayaran apapun. Pada saat ini, pembayaran nontunai ini sudah mulai mengakuisisi pembayar dengan uang fisik, Cashless atau pembayaran nontunai sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern dengan alasan keefektifan, keringkasn dan keamanan. Sehingga masyarakat tidak perlu khawatir dengan kasus kehilangan uang seperti pencopetan dan kasus lainnya. Banyak keuntungan lain yang dirasakan oleh pengguna BCA Mobile selain dari keamanan yang terpercaya juga peletakan atau layout tampilan BCA Mobile yang mudah dipahami sehingga disebut *user friendly*, Ada 2 cara melakukan pembayaran cashless, yang pertama dengan fitur QRIS dan kedua dengan transfer/debit. Pihak PT Bank Central Asia Tbk selalu berusaha semaksimal mungkin untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan lifestyle dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambec, S., & Lanoei, P. (2008). Does it pay to be green? A systematic overview. *Academy of Management Perspectives*, 22(1), 45-64.
- Bank Indonesia. (2020). *Elektronifikasi*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/>
- Cepel, M., Gavuvora, B., Dvorsky, J., & Belas, J. (2020). The impact of the covid-19 crisis on the perception of business risk in the sme segment. *Journal of International Studies*, 13(3), 248-263.
- Fitriyani. (2021). *Pengaruh Teknologi dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Harto, B. (2020). Pelatihan pembuatan business plan menggunakan aplikasi excel bagi UMKM Juara Kota Bandung. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(1), 18-22.
- Harto, B. (2022). Aspects That Influence Interest In Using Sakuku E-Wallet In Babakan Village. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(2), 82-89.
- Harto, B. (2022). Mobile Marketing dan Web Analytics. In A. Wijaya, Jamaludin, A. N. Khudori, R. I. Tarecha, Fauziah, E. Grace, . . . B. Harto, *The Art of Digital MArketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial* (pp. 183-191). Bandung: Media Sains Indonesia.

- Harto, B. (2022). Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). In I. Soepriyadi, R. Ristiyana, B. Harto, & et. al., *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia* (pp. 31-43). Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Harto, B., & Taufikurachman, C. (2020). Utilization of Go Online System on Increasing Awareness in Awie Bah Akim Brand. *Proceedings of the 3rd International Conference on Economic and Social Science, ICON-ESS, 17–18 October 2018, Banda Aceh, Indonesia* (pp. 23-30). Banda Aceh: EAI.
- Harto, B., Rinaldi, K., & Sulistya, A. (2021). Rencana Strategis Bisnis Jualan Online di Masa Pandemi Covid-19: Online Selling Business Strategic Plan in the Covid-19 Pandemic Period. *Engineering and Technology International Journal*, 3(3), 188-192.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2023). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 9-15.
- Harto, B., Wahyuni, N., & Sumarni, T. (2021). Optimizing the brand awareness of Gaia Daily and Zuist Leather MSME through the Go online system. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45-51.
- Jones, R. (2020, June 3). *7.4 million in UK living an almost cashless life, data shows*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/>
- Khairunnisa, I., Harmadji, D. E., Ristiyana, R., Mekaniwati, A., Harto, B., Widjaja, W., . . . Purwanti, T. (2022). *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Komalasari, R., Harto, B., & Setiawan, R. (2021). UMKM Go-Digital sebagai Adaptasi dan Inovasi Pemasaran Arkha Minoritas pada Pandemi COVID-19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 4(1), 1-7.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Minat penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419-441.
- OJK. (2021). *Hidup Praktis Ala Cashless Society*. Retrieved from SIKapiuangmu.ojk.go.id: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Patilaiya, H. L., Sinurat, J., Sarasati, B., Jumiyati, S., Supriatna, A., Harto, B., & et. al. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Przychodzen, J., & Przychodzen, W. (2015). Relationships between eco-innovation and financial performance - Evidence from publicly traded companies in Poland and Hungary. *Journal of Cleaner Production*, 90, 253-263.
- Rachmat, Z., Harto, B., Fauzan, R., & et. al. (2022). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., . . . Sihombing, F. A. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Wardhana, A., Sari, A. P., Limgiani, Gunaisah, E., Suroso, B. H., & et. al. (2022). *Manajemen Kinerja (Konsep, Teori, dan Penerapannya)*. Bandung: Media Sains Indonesia.