

Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia

Volume 4, Nomor 9, Desember 2025, Halaman 152-158

Licensed by CC BY-SA 4.0

e-ISSN: [2986-7002](https://doi.org/10.5281/zenodo.18013598)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18013598>

## Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Layanan Nasabah Pada Bank BRI KC Surabaya Kertajaya

*The Role of Digitalization in Enhancing Customer Service at Bank BRI KC Surabaya Kertajaya*

Ida Ayu Nuh Kartini, Dianizar El Ghifary, Bima Wahyu Luckyta, Titis Elvina Indriyani,  
Nandathia Intan Sunur

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [nuhkartini@untag-sby.ac.id](mailto:nuhkartini@untag-sby.ac.id), [ghifarynizar4@gmail.com](mailto:ghifarynizar4@gmail.com), [bimahyul@gmail.com](mailto:bimahyul@gmail.com),  
[titisindriyani95@gmail.com](mailto:titisindriyani95@gmail.com), [intansunur@gmail.com](mailto:intansunur@gmail.com)

### Abstrak

Digitalisasi dalam layanan perbankan juga berdampak pada bagaimana nasabah mengakses informasi dan melakukan transaksi. Penelitian oleh Ginanjar dan Pasaribumenyoroti pengaruh fasilitas e-banking dan media sosial dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan promosi sangat relevan bagi bank untuk menjangkau basis nasabah yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan mereka secara real-time. Bank BRI KC Surabaya Kertajaya telah menjadikan aplikasi BRImo sebagai inti dari transformasi layanan nasabah digitalnya. Upaya ini tidak hanya berfokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan nasabah melalui program edukasi yang disesuaikan, terutama bagi mereka yang kurang familiar dengan dunia digital. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap nasabah, tanpa terkecuali, dapat merasakan kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital. Implementasi digitalisasi melalui BRImo telah memberikan dampak signifikan pada kepuasan nasabah. Peningkatan aksesibilitas, *user interface* aplikasi yang menarik, dan berbagai fitur yang komprehensif telah meningkatkan pengalaman nasabah secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi digital, jika dieksekusi dengan benar, dapat menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas layanan dan loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Peran Digitalisasi, Layanan Nasabah, Bank BRI KC Surabaya Kertajaya

### Abstract

Digitalization in banking services has also influenced how customers access information and conduct transactions. Research by Ginanjar and Pasaribu highlights the impact of e-banking facilities and social media in building customer satisfaction and loyalty. In this context, the use of social media as a communication and promotional tool is highly relevant for banks to reach a broader customer base and meet their needs in real time. Bank BRI KC Surabaya Kertajaya has positioned the BRImo application as the core of its digital customer service transformation. This effort focuses not only on technological development but also on customer empowerment through tailored educational programs, particularly for those who are less familiar with the digital environment. The objective is to ensure that every customer, without exception, can experience the convenience and benefits offered by digital banking services. The implementation of digitalization through BRImo has had a significant impact on customer satisfaction. Improved accessibility, an attractive application user interface, and comprehensive features have enhanced the overall customer experience. This demonstrates that investment in digital technology, when executed effectively, can lead to significant improvements in service quality and customer loyalty.

**Keywords:** Role of Digitalization, Customer Service, Bank BRI KC Surabaya Kertajaya

### Article Info

Received date: 25 November 2025

Revised date: 30 November 2025

Accepted date: 18 December 2025

## PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi aspek penting dalam transformasi layanan perbankan di era modern ini, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KC Surabaya Kertajaya adalah salah satu contoh bagaimana penerapan teknologi digital dapat memperkuat hubungan nasabah dan meningkatkan penyampaian layanan. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, dalam bentuk pembukaan rekening online, layanan perbankan melalui aplikasi mobile, dan penggunaan teknologi informasi lainnya, secara signifikan berkontribusi pada kepuasan

dan loyalitas nasabah (Dhanny, 2022), (Afriani & Setyono, 2020), dan (Putra, 2024).

Salah satu aspek penting digitalisasi adalah peningkatan kualitas layanan yang diberikan. Layanan digital yang cepat, aman, dan mudah diakses berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas bank. Misalnya, sebuah penelitian oleh Dhanny (Dhanny, 2022) menemukan bahwa atribut produk dan kualitas layanan secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan di BRI. Lebih lanjut, penelitian Afriani dan Setyono (Afriani & Setyono, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan citra merek secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah di BRI, yang pada gilirannya mendorong loyalitas.

Layanan perbankan digital seperti BRImo, aplikasi seluler BRI, juga merupakan faktor kunci dalam memastikan kemudahan transaksi dan keamanan data nasabah (Putra, 2024) (Dewi & Riandi, 2024). Penelitian oleh Mathory dan Ar (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan e-banking BRI selama pandemi Covid-19 telah menarik lebih banyak nasabah untuk menggunakan layanan digital, meskipun masih ada sejumlah keluhan yang perlu ditangani. Hal ini menunjukkan perlunya bank untuk terus meningkatkan layanan digital mereka guna memenuhi harapan nasabah.

Memadukan nasabah digital dengan unsur tradisional, seperti layanan nasabah yang responsif, juga berperan penting dalam membangun kepercayaan nasabah (Yolanda & Putri, 2023) (Sofyan et al., 2025). Penelitian oleh Yolanda dan Putri (Yolanda & Putri, 2023) penekanan pentingnya peran layanan nasabah dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BRI KCP Panam Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Afriani dan Setyono yang menunjukkan bahwa interaksi yang baik dengan konsumen dapat memperkuat citra positif dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Digitalisasi dalam layanan perbankan juga berdampak pada bagaimana nasabah mengakses informasi dan melakukan transaksi. Penelitian oleh Ginanjar dan Pasaribu (Ginanjar & Pasaribu, 2025) menyoroti pengaruh fasilitas e-banking dan media sosial dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan promosi sangat relevan bagi bank untuk menjangkau basis nasabah yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan mereka secara real-time.

Terakhir, upaya untuk menerapkan strategi digitalisasi yang efektif harus disertai dengan analisis mendalam tentang kepuasan dan kebutuhan nasabah. Analisis ini membantu BRI mengembangkan strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan pengalaman nasabah di semua aspek layanannya (Juliana dkk., 2023; Afriani & Setyono, 2020) dan Dewi & Riandi, 2024). Hal ini menunjukkan pentingnya evaluasi dan adaptasi berkelanjutan terhadap perubahan kebutuhan nasabah di era digital saat ini, yang menjadi tantangan bagi BRI dalam meningkatkan daya saingnya di pasar.

### **Rumusan Masalah**

1. Apa saja bentuk digitalisasi yang diterapkan oleh Bank BRI KC Surabaya Kertajaya dalam layanan nasabah?
2. Bagaimana digitalisasi mempengaruhi kualitas layanan nasabah di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya?
3. Apa tantangan yang dihadapi manajemen Bank BRI KC Surabaya Kertajaya dalam menerapkan digitalisasi untuk layanan nasabah?
4. Bagaimana respon nasabah terhadap layanan yang didigitalisasi di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya?
5. Apa strategi manajemen yang dilakukan Bank BRI KC Surabaya Kertajaya untuk memastikan keberhasilan digitalisasi dalam meningkatkan layanan nasabah?

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Meningkatkan kualitas layanan pelanggan merupakan prioritas utama bagi setiap lembaga keuangan. Bank BRI KC Surabaya Kertajaya, telah mengambil langkah strategis dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai kunci untuk mencapai tujuan ini. Dalam rangka menyusun makalah

kami yang berjudul, "Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya," kami mewawancarai Ibu Linawati, seorang Universal Banker di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya. Informasi yang kami peroleh dari wawancara ini akan dijelaskan secara rinci pada bagian-bagian berikut.

### **Bentuk digitalisasi yang diterapkan oleh Bank BRI KC Surabaya Kertajaya dalam layanan nasabah.**

#### **Aplikasi Mobile Banking BRImo sebagai Fokus Digitalisasi BRI**

Aplikasi *mobile banking* BRImo merupakan pondasi utama strategi digitalisasi Bank BRI. BRImo dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan online. Dengan BRImo, nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja melalui *smartphone* mereka. Ini termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, isi ulang pulsa ponsel, dan investasi. Fokus pada pengembangan dan peningkatan fitur BRImo menunjukkan komitmen BRI untuk menyediakan layanan yang relevan dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era digital.

#### **Mengedukasi dan MemBrimokan Nasabah Lansia**

Salah satu upaya kunci dalam mendukung digitalisasi di BRI adalah edukasi yang secara khusus ditujukan kepada nasabah lansia. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada nasabah lansia tentang BRImo, termasuk manfaat dan cara penggunaannya. Selain sekadar memberikan informasi, BRI juga secara aktif membantu nasabah lansia yang belum pernah menggunakan BRImo sebelumnya untuk mendaftar dan menggunakan aplikasi tersebut. Pendekatan ini sangat penting karena nasabah lansia seringkali kurang familiar dengan teknologi digital dan oleh karena itu membutuhkan bimbingan dan dukungan yang lebih intensif.

**Pengarahan Nasabah untuk Menggunakan Mesin ATM dengan Pendampingan** Selain BRImo, BRI juga mengoptimalkan penggunaan ATM sebagai bagian dari strategi digitalisasinya. Teller BRI berperan aktif dalam mengarahkan nasabah untuk menggunakan ATM, terutama untuk penyetoran tunai. Kebijakan ini bertujuan untuk mengurangi antrian di teller dan mendorong nasabah untuk memanfaatkan fasilitas digital yang tersedia. Untuk transaksi di bawah 5 juta rupiah, teller BRI secara proaktif mengarahkan nasabah untuk menggunakan ATM. Lebih lanjut, BRI juga memberikan bantuan kepada nasabah yang mungkin belum terbiasa menggunakan ATM, sehingga mereka merasa lebih percaya diri dan nyaman melakukan transaksi secara mandiri.

#### **Pengaruh digitalisasi kualitas layanan nasabah di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya.**

##### **Digitalisasi dan Kepuasan Pelanggan**

Secara keseluruhan, digitalisasi melalui aplikasi BRImo telah memberikan dampak positif pada kualitas layanan pelanggan di Bank BRI. Pelanggan merasakan peningkatan kepuasan karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan BRImo dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Peningkatan aksesibilitas layanan, tanpa batasan waktu dan lokasi, merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan BRImo, pelanggan dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih fleksibel dan efisien.

##### **Daya Tarik Tampilan dan Kelengkapan Fitur BRImo**

Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah *user interface* (UI) BRImo, yang dianggap lebih menarik dan inovatif dibandingkan aplikasi perbankan seluler lainnya. Desain yang ramah pengguna memudahkan pelanggan untuk bernavigasi dan menemukan fitur yang mereka butuhkan. Selain itu, BRImo menawarkan fitur yang lebih komprehensif, melampaui fungsi dasar seperti transfer dan pengisian saldo dompet elektronik. Rangkaian fitur yang komprehensif ini memberikan nilai tambah bagi pelanggan, karena mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan keuangan mereka dalam satu aplikasi.

##### **Fitur Lengkap BRImo**

Keunggulan BRIimo tidak hanya terletak pada kemudahan transfer dan pengisian saldo akun dompet elektronik, tetapi juga pada fitur tambahan inovatifnya. BRIimo menawarkan pembelian tiket pesawat dan fitur investasi emas, memungkinkan pelanggan untuk merencanakan perjalanan dan mengelola investasi mereka langsung melalui aplikasi. Berbagai fitur ini menunjukkan komitmen BRIimo untuk memenuhi berbagai kebutuhan keuangan pelanggan dalam satu platform terintegrasi, meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan.

### **Tantangan yang dihadapi manajemen Bank BRI KC Surabaya Kertajaya dalam menerapkan digitalisasi untuk layanan nasabah.**

#### **Edukasi Nasabah Lansia**

Salah satu tantangan utama dalam mengimplementasikan digitalisasi layanan pelanggan adalah mengedukasi dan meyakinkan nasabah lansia untuk menggunakan BRIimo. Kelompok nasabah ini seringkali tidak terbiasa dengan teknologi digital dan kesulitan beradaptasi dengan perubahan, yang menyebabkan penolakan terhadap adopsi layanan digital. Upaya edukasi yang efektif sangat penting untuk mengatasi hambatan ini, tetapi pendekatan yang tepat perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah lansia, dengan mempertimbangkan gaya belajar dan preferensi komunikasi mereka.

#### **Kesulitan Menghubungi Nasabah untuk Edukasi BRIimo**

Proses edukasi nasabah lansia seringkali terhambat oleh kesulitan menghubungi mereka melalui telepon. Akses terbatas atau preferensi komunikasi tatap muka merupakan faktor pembatas, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki mobilitas terbatas. Hal ini mengharuskan BRI untuk mengeksplorasi metode komunikasi alternatif yang lebih efektif, seperti kunjungan ke kantor, kelompok pelatihan, atau pendampingan individu, yang dapat menjangkau nasabah dengan cara yang lebih personal dan interaktif. Berbagai strategi perlu diimplementasikan untuk menjangkau semua segmen nasabah, memastikan bahwa tidak ada yang tertinggal dalam proses digitalisasi.

#### **Menangani Kekhawatiran Keamanan Dana dalam Transaksi Digital**

Kekhawatiran nasabah tentang keamanan dana dan potensi kehilangan dana akibat transaksi digital menimbulkan tantangan serius dalam implementasi digitalisasi. Keamanan data dan perlindungan dana nasabah harus menjadi prioritas utama, mengingat meningkatnya risiko kejahatan siber. BRI telah menetapkan mekanisme pengaduan dan investigasi untuk transaksi yang tidak dikenal, tetapi kampanye kesadaran mengenai langkah-langkah keamanan dan perlindungan data perlu ditingkatkan lebih lanjut, termasuk edukasi tentang praktik keamanan dasar seperti menggunakan kata sandi yang kuat dan menghindari tautan yang mencurigakan. Transparansi dan akuntabilitas dalam menangani pengaduan nasabah akan membangun kepercayaan dan mengurangi kekhawatiran, sekaligus menunjukkan komitmen BRI terhadap keamanan dana nasabah.

### **Respon nasabah terhadap layanan yang didigitalisasi di Bank BRI KC Surabaya Kertajaya.**

#### **Respon Umum Pelanggan Terhadap Digitalisasi Layanan BRI**

Secara umum, respon nasabah terhadap layanan digital BRI sangat positif, dengan banyak yang merasakan manfaat signifikan dari kemudahan dan efisiensi yang ditawarkannya. Digitalisasi telah menyederhanakan berbagai transaksi perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo, yang kini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi BRIimo. Kemudahan ini secara signifikan membantu nasabah mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif dan menghemat waktu serta tenaga yang sebelumnya dibutuhkan untuk mengunjungi cabang bank.

#### **Tantangan dalam Penggunaan BRIimo Meskipun Fitur Login Dipermudah**

Meskipun layanan digital BRI umumnya diterima dengan baik, beberapa nasabah masih mengalami kesulitan menggunakan aplikasi BRIimo, meskipun fitur loginnya sudah tertanam dengan

opsi sidik jari dan *face id*. Kompleksitas *user interface* nasabah, kurangnya pemahaman tentang fitur-fitur tertentu, atau kesulitan teknis dapat menyebabkan kebingungan ini. Oleh karena itu, BRI perlu terus meningkatkan *user experience* (UX) aplikasi BRImo, memberikan panduan yang lebih jelas dan mudah dipahami, serta memberikan dukungan nasabah yang responsif untuk membantu nasabah mengatasi kesulitan yang mereka hadapi.

### **Strategi manajemen yang dilakukan Bank BRI KC Surabaya Kertajaya untuk memastikan keberhasilan digitalisasi dalam meningkatkan layanan nasabah.**

#### **Edukasi Berkelanjutan Mengenai Manfaat dan Kemudahan BRImo**

Salah satu strategi kunci untuk keberhasilan digitalisasi BRI adalah edukasi nasabah yang berkelanjutan tentang manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh BRImo. Edukasi ini harus komprehensif dan ditargetkan pada berbagai segmen nasabah, termasuk mereka yang belum familiar dengan teknologi digital. BRI dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, video tutorial, dan webinar, untuk menyampaikan informasi tentang fitur-fitur BRImo, cara penggunaannya, dan manfaat yang ditawarkannya kepada nasabah. Dengan edukasi yang efektif, diharapkan nasabah akan lebih sadar dan tertarik untuk menggunakan BRImo, yang pada akhirnya akan secara signifikan meningkatkan adopsi layanan digital.

#### **Promosi BRImo yang Lebih Luas dan Terintegrasi**

Promosi BRImo tidak hanya terbatas pada kantor cabang saja, tetapi juga harus dilakukan secara aktif oleh kantor regional dan seluruh jaringan BRI. Promosi yang lebih luas dan terintegrasi akan meningkatkan visibilitas BRImo dan menjangkau lebih banyak potensi pengguna. BRI dapat mengadakan acara promosi di lokasi strategis seperti pusat dunia hiburan, pasar, dan kampus, serta berkolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat untuk mempromosikan BRImo. Selain itu, promosi juga harus dilakukan secara online melalui media sosial, situs web, dan aplikasi BRImo itu sendiri. Hal ini akan menciptakan kesadaran merek yang kuat dan mendorong pertumbuhan eksponensial pengguna BRImo.

#### **Kesabaran dan Ketekunan dalam Meyakinkan Nasabah**

Proses digitalisasi membutuhkan kesabaran dan ketekunan dalam memenuhi komitmen nasabah terhadap layanan digital. Tidak semua nasabah akan langsung menerima perubahan ini, terutama mereka yang terbiasa dengan metode konvensional. Oleh karena itu, BRI perlu memberikan pendekatan yang personal dan empati kepada setiap nasabah, secara bertahap menjelaskan manfaat digitalisasi dan memberikan bantuan yang diperlukan. BRI juga perlu mendengarkan masukan nasabah dan menanggapi kekhawatiran mereka dengan serius. Dengan pendekatan yang sabar dan tekun, BRI dapat membangun kepercayaan nasabah dan memfasilitasi transisi yang lebih lancar ke layanan digital.

#### **Penjelasan yang Jelas Mengenai Keunggulan dan Kemudahan BRImo**

BRI perlu menjelaskan secara jelas dan sederhana keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan oleh BRImo. Penjelasan ini harus berfokus pada manfaat konkret yang dapat dirasakan pelanggan, seperti kemudahan transaksi, penghematan waktu dan biaya, serta peningkatan keamanan. BRI dapat menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh semua kalangan, menghindari istilah teknis yang rumit, dan memberikan contoh yang relevan dengan kehidupan sehari-hari nasabah. Dengan penjelasan yang jelas dan persuasif, diharapkan nasabah akan lebih tertarik untuk mencoba dan menggunakan BRImo, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat posisi BRI di pasar digital.

### **SIMPULAN**

Bank BRI KC Surabaya Kertajaya telah menjadikan aplikasi BRImo sebagai inti dari transformasi layanan nasabah digitalnya. Upaya ini tidak hanya berfokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan nasabah melalui program edukasi yang disesuaikan, terutama bagi mereka yang kurang familiar dengan dunia digital. Tujuannya adalah untuk memastikan

bahwa setiap nasabah, tanpa terkecuali, dapat merasakan kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital.

Implementasi digitalisasi melalui BRI<sup>Mo</sup> telah memberikan dampak signifikan pada kepuasan nasabah. Peningkatan aksesibilitas, *user interface* aplikasi yang menarik, dan berbagai fitur yang komprehensif telah meningkatkan pengalaman nasabah secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi digital, jika dieksekusi dengan benar, dapat menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas layanan dan loyalitas nasabah.

Namun, perjalanan digitalisasi tidak selalu mulus. Tantangan seperti edukasi nasabah lansia, kesulitan menjangkau mereka, dan kekhawatiran tentang keamanan dana adalah tantangan yang perlu diatasi. BRI perlu terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan ini dan memastikan bahwa semua nasabah merasa aman dan nyaman menggunakan layanan digital.

Meskipun sebagian besar pelanggan telah merespons positif terhadap digitalisasi, beberapa masih mengalami kesulitan menggunakan aplikasi BRI<sup>Mo</sup>. Hal ini menyoroti pentingnya terus meningkatkan pengalaman pengguna (UX) dan memberikan dukungan yang memadai bagi mereka yang membutuhkan. Dengan mendengarkan umpan balik pelanggan dan terus menyempurnakan aplikasi, BRI dapat memastikan bahwa BRI<sup>Mo</sup> adalah alat yang mudah digunakan dan bermanfaat bagi semua orang.

Guna mencapai kesuksesan digitalisasi yang berkelanjutan, BRI menerapkan strategi komprehensif. Edukasi berkelanjutan, promosi terintegrasi, pendekatan yang sabar dan personal, serta komunikasi yang jelas dan transparan merupakan kunci untuk membangun kepercayaan nasabah dan mendorong adopsi layanan digital. Dengan terus berinovasi dan berfokus pada kebutuhan nasabah, BRI dapat memaksimalkan potensi digitalisasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

## SARAN

Edukasi bagi nasabah lansia perlu ditingkatkan melalui pendekatan personal dan berkelanjutan, materi edukasi yang sederhana dan visual, serta keterlibatan keluarga. Optimalisasi komunikasi nasabah dapat dicapai dengan diversifikasi saluran komunikasi, menjaga jadwal komunikasi yang teratur, dan menggunakan bahasa yang ramah. Peningkatan keamanan dan kepercayaan dapat dicapai melalui kampanye kesadaran keamanan, penanganan pengaduan yang transparan, dan fitur keamanan tambahan. *User experience* (UX) BRI<sup>Mo</sup> perlu ditingkatkan dengan tampilan dan navigasi yang lebih jelas, fitur yang dipersonalisasi, dan uji coba pengguna. Promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran dapat diimplementasikan melalui program rujukan yang menarik, kolaborasi dengan pedagang lokal, dan promosi media sosial yang relevan. Pemantauan dan evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk mengintegrasikan tingkat adopsi dan kepuasan, analisis data transaksi, dan evaluasi efektivitas strategi. Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, Bank BRI KC Surabaya Kertajaya dapat meningkatkan implementasi BRI<sup>Mo</sup>, meningkatkan kepuasan nasabah, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam upaya digitalisasi layanan nasabahnya. Digitalisasi adalah proses berkelanjutan yang membutuhkan komitmen dan adaptasi terus-menerus terhadap perubahan kebutuhan dan harapan nasabah.

## REFERENSI

- Dhanny, O. (2022). Analisis pengaruh atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada pt bank rakyat indonesia tbk kantor cabang samarinda 1. eksis, 18(1), 56-68. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i1.299>
- Afriani, L. and Setyono, H. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah (studi pada nasabah pt. bri

- (persero) tbk. yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 123. <https://doi.org/10.12928/fokus.v7i2.1741>
- Putra, B. (2024). Bri mobile m-banking user satisfaction analysis using technology acceptance model. *ISE*, 2(2), 67-75. <https://doi.org/10.58777/ise.v2i2.268>
- Dewi, D. and Riandi, N. (2024). Analysis of bri unas unit customer satisfaction in using brimo to improve service quality (national university student study). *IJATSS*, 2(3), 357-364. <https://doi.org/10.59890/ijatss.v2i3.1551>
- Mathory, E. and AR, H. (2022). Bri e-banking services quality analysis in bri panakkukang branch during covid-19 pandemic. <https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315211>
- Yolanda, F. and Putri, A. (2023). Efektivitas peranan customer service (cs) dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada bank bri kcp panam pekanbaru. *Bilancia Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(4), 786. <https://doi.org/10.35145/bilancia.v7i4.2693>
- Sofyan, M., RUMIKI, D., Musadat, I., & NURHIDAYATI, N. (2025). Moderasi gender dalam hubungan kualitas layanan dan kepuasan nasabah: studi kasus customer service bank bri di indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 13(2), 82-91. <https://doi.org/10.32520/jak.v13i2.3970>
- Ginanjari, M. and Pasaribu, L. (2025). Analisis pengaruh fasilitas e-banking, kualitas layanan dan media sosial pada kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah: studi kasus pembukaan rekening britama secara online di jabodetabek. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(1), 1018-1037. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i1.6242>
- Juliana, J., Nurhaliza, F., Hermawan, R., & Marlina, R. (2023). Bank syariah indonesia customer loyalty after merger: analysis of trust, service quality, and religiosity. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 96-108.