

## Strategi BNI Menjadi Bank Kampus dalam Era Digital

### *BNI 's Strategy to Become Campus Bank in the Digital Era*

Putri Melinda Silfiana<sup>1</sup>, Adinda Martha Rahayu<sup>2</sup>, Irfadella Fauzia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang

Email: [putrimelinda019@gmail.com](mailto:putrimelinda019@gmail.com), [adindamartha4@gmail.com](mailto:adindamartha4@gmail.com), [irfadellafauzia87@gmail.com](mailto:irfadellafauzia87@gmail.com).

**Abstract.** Digital transformation is a process that organizations implement to integrate digital technology in all areas of business. This process influences the way organizations provide services to consumers. Digital transformation has changed the banking sector, including Bank BNI. This research analyzes the role of digital technology in BNI Mobile Banking services. With quantitative methods, data is collected through questionnaire surveys to measure user satisfaction. The results show that the majority of customers are satisfied with the service and ease of use of BNI digital facilities such as mobile banking and internet banking, which meet their needs.

**Keywords:** Organizational Communication, Digital Transformation, Organizational Culture

**Abstrak.** Transformasi digital adalah proses yang diterapkan organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital di semua bidang bisnis. Proses ini mempengaruhi cara organisasi memberikan pelayanan kepada konsumen. Transformasi digital telah mengubah sektor perbankan, termasuk Bank BNI. Penelitian ini menganalisis peran teknologi digital dalam layanan BNI Mobile Banking. Dengan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei kuesioner untuk mengukur kepuasan pengguna. Hasilnya menunjukkan mayoritas nasabah puas dengan layanan dan kemudahan penggunaan fasilitas digital BNI seperti mobile banking dan internet banking, yang memenuhi kebutuhan mereka.

**Kata Kunci :** Komunikasi Organisasi, Transformasi Digital, Budaya Organisasi

## LATAR BELAKANG

Transformasi digital saat ini bergerak dengan sangat cepat dan mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan. Transformasi ini adalah akibat dari era disrupsi, yang sering disebut sebagai Era Industri 4.0, yang mengakibatkan perubahan dalam model bisnis dan mengubah ekosistem bisnis yang ada menjadi ekosistem baru yang lebih inovatif, kompleks, dan dinamis. Dalam dunia perbankan, yang selama bertahun-tahun beroperasi secara konvensional, transformasi digital berarti melakukan perubahan besar dalam prosedur, metode kerja, struktur organisasi, dan model bisnis, sehingga dapat menjadi lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan. (Winasis, 2020)

Transformasi digital tidak hanya menawarkan peluang untuk merevolusi proses dan sistem kerja yang telah berjalan hingga saat ini, menjadikannya lebih efisien, namun juga memberikan peluang bagi pelanggan untuk meningkatkan pengalaman bertransaksi sepanjang proses tersebut. Transformasi ini melibatkan adopsi teknologi baru yang mampu mengubah

cara operasional dan interaksi perusahaan dengan pelanggan. Dengan penerapan teknologi digital, proses yang sebelumnya memerlukan waktu dan tenaga lebih banyak kini dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat, mengurangi kesalahan manusia dan memperbaiki efisiensi secara keseluruhan.

Proses perubahan ini harus didukung dengan strategi perubahan yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan nilai tambah bagi bisnis perusahaan. Strategi tersebut harus mencakup pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta bagaimana teknologi dapat diintegrasikan untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Selain itu, perusahaan perlu memastikan bahwa perubahan ini sejalan dengan tujuan jangka panjang mereka, mencakup aspek budaya perusahaan, pelatihan karyawan, dan restrukturisasi organisasi agar siap menghadapi tantangan digital.

Transformasi digital memiliki dua sisi yang harus diperhatikan. Di satu sisi, perubahan cara pelanggan berbisnis akan berdampak besar pada berbagai sektor industri. Saluran distribusi seperti perbankan online, mobile banking, chatbots, kecerdasan buatan, dan media sosial semakin banyak digunakan oleh pelanggan yang menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Jika strategi digital diterapkan dengan benar, sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan, diharapkan loyalitas pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa lebih dihargai dan mendapatkan pengalaman yang lebih baik dengan layanan yang cepat, tepat, dan personalisasi. (Winasis, 2020)

Di sisi lain, teknologi digital dapat mereduksi dan mengancam eksistensi perbankan tradisional yang lebih mengutamakan transaksi manual. Bank- bank yang selama ini bergantung pada interaksi tatap muka dan proses manual harus beradaptasi dengan cepat atau menghadapi risiko kehilangan pangsa pasar. Transformasi ini juga berarti pengurangan cara kerja tradisional dan pengurangan tenaga kerja di beberapa bidang, karena otomatisasi menggantikan banyak tugas yang sebelumnya dilakukan secara manual. Ini juga membuka peluang bagi pengembangan keterampilan baru bagi karyawan, yang dapat beralih ke peran yang lebih strategis dan analitis.

Perubahan harus dilakukan dengan cepat karena di era disrupsi, waktu merupakan variabel penting yang menentukan keberlangsungan bisnis. Perusahaan yang lambat beradaptasi dengan perubahan teknologi akan tertinggal dan mungkin kehilangan relevansi di pasar. Transformasi digital harus dilakukan dengan perencanaan yang matang, eksekusi yang cepat, dan penyesuaian berkelanjutan untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan transformasi digital bergantung pada kemampuan perusahaan untuk berinovasi, fleksibilitas

dalam menghadapi perubahan, dan komitmen untuk terus memperbarui dan meningkatkan sistem serta proses yang ada.

Meningkatnya persaingan ekonomi global telah mendorong perusahaan-perusahaan di berbagai sektor untuk mengadopsi digitalisasi guna mengefisienkan proses bisnis mereka. Fenomena digitalisasi ini semakin meningkat secara signifikan terutama dengan adanya pandemi COVID-19, yang telah memaksa perusahaan untuk memanfaatkan teknologi sebagai solusi utama dalam mendukung kelangsungan proses bisnis yang terhambat oleh berbagai pembatasan fisik dan sosial. Salah satu perusahaan perbankan yang melakukan transformasi digital adalah Bank BNI. Menurut versi Forbes, Bank BNI masuk ke dalam tiga besar Bank Terbaik di Indonesia tahun 2024. Berdasarkan pemberitaan yang dilansir CNBC Indonesia, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau BNI kembali mengukuhkan posisinya sebagai bank BUMN terbaik dalam memberikan layanan prima kepada nasabahnya. Atas prestasi ini, bank yang dipimpin oleh Royke Tumilaar tersebut menerima penghargaan khusus sebagai "The Best Government Bank in Service Excellence 2021". Penghargaan ini diberikan oleh Majalah Infobank dan Marketing Research Indonesia (MRI) pada acara "18th Banking Service Excellence Awards 2021" di The Tribrata Dharmawangsa." BNI menerima penghargaan ini berdasarkan survei Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2021 oleh MRI bekerja sama dengan Biro Riset Infobank. Survei dilakukan terhadap bank-bank di Indonesia menggunakan metode mystery shopping.

Penghargaan khusus "The Best Government Bank in Service Excellence 2021" diberikan hanya kepada satu pemenang. BNI sebagai bank BUMN berhasil meraih penghargaan bergengsi ini karena dinilai paling unggul dalam memberikan layanan prima di setiap titik kontak nasabah. Hasil survei menunjukkan bahwa selama empat tahun berturut-turut BNI telah meraih predikat sebagai bank BUMN terbaik. Ini membuktikan bahwa BNI mampu memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Intinya, kerja keras BNI tidak hanya menghasilkan kinerja yang baik tetapi juga apresiasi dari institusi independen sebagai representasi suara nasabah. Sebagai bagian dari bank milik negara, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau BNI senantiasa mengedepankan *core value* Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK), serta program transformasi serta program transformasi Risk, Culture, Agile Collaboration, dan Execution Oriented (RACE) guna meningkatkan kinerja secara optimal. Bank BNI juga menyediakan layanan seperti Phone banking, SMS banking, Mobile banking dan Internet Banking. Namun dengan masih terbatasnya sumber daya manusia yang masih memiliki wawasan yang kurang terhadap penggunaan internet atau platform digital, berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan

hal tersebut dapat menjadi salah satu tantangan Bank BNI. Peran perbankan sangat penting dalam mendukung pendidikan di Indonesia. Selain melakukan penghimpunan dana dan penyaluran kepada masyarakat, perbankan juga berkontribusi dalam kelancaran pendidikan di negara ini. Salah satu contoh yang menonjol adalah Bank Negara Indonesia (BNI) yang telah lama berinvestasi dan membiayai sektor pendidikan.

BNI, yang juga dikenal sebagai "Bank Kampus", telah mendirikan kantor cabang di berbagai kampus di seluruh Indonesia. Melalui program Campus Financial Ecosystem, BNI memberikan solusi keuangan berbasis digital kepada lembaga pendidikan dan komunitas akademik. Hal ini membantu meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan di lingkungan pendidikan.

Berdasarkan data dari BNI.co.id, Dana pihak ketiga (DPK) yang terhimpun dari universitas dan lembaga pendidikan juga terus meningkat. Hingga akhir 2021, DPK yang terkumpul mencapai Rp 12,01 triliun, dengan sebagian besar berasal dari CASA (Current Account Savings Account). BNI juga telah melakukan ekspansi dengan mengakuisisi beberapa kampus di Jawa dan Bali, sebagai bagian dari upaya mereka dalam memperluas program Campus Financial Ecosystem.

Keberadaan BNI dalam dunia pendidikan telah mendapat apresiasi dari berbagai pihak. Bahkan, BNI dianggap sebagai bank yang benar-benar eksis dalam mendukung pendidikan. Melalui kerjasama dengan berbagai universitas di Semarang seperti USM, UNDIP, UNNES dan kampus-kampus besar lainnya di Indonesia, BNI telah memberikan solusi keuangan yang lengkap dan berbasis digital kepada nasabahnya. Selain itu, BNI juga bekerja sama dengan lembaga tes masuk perguruan tinggi sebanyak 125 kampus untuk pelaksanaan ujian tulis berbasis komputer.

Dengan demikian, peran perbankan, terutama BNI, dalam mendukung pendidikan di Indonesia sangatlah penting. Selain menyediakan layanan keuangan yang dibutuhkan oleh lembaga pendidikan, perbankan juga membantu menciptakan lingkungan pendidikan yang berkualitas melalui investasi dan pembiayaan yang besar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Ciri mendasar era digital baru adalah dimensi dan bentuk baru setiap hari. Meskipun bank cenderung menolak perubahan karena struktur dan format bisnisnya, sebagian besar bank telah menyesuaikan operasinya dengan perubahan lingkungan bisnis dan, sebagai hasilnya, mengadopsi proses-proses tertentu yang dipaksakan oleh proses digitalisasi yang sedang berjalan. Proses ini menciptakan produk dan layanan perbankan baru yang terkait

langsung dengan proses digitalisasi. Hal ini merupakan indikasi bahwa sektor perbankan secara serius memahami perubahan yang akan terjadi, yang tentunya penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan dalam mencapai posisi yang lebih baik di pasar. Tentu saja, dalam konteks persaingan pasar skala besar, bermunculan berbagai layanan yang ditawarkan secara paralel dengan layanan perbankan. Artinya, terdapat keunggulan pasar yang tentunya menjadi tantangan terbesar bagi perbankan ke depan (Mekinjic, 2019). Menjadi salah satu bank terbaik di Indonesia tahun 2024, Bank BNI juga menjadi salah satu bank yang melakukan transformasi digital. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya transformasi digital adalah perubahan kinerja pada Perusahaan tersebut. Berikut contoh bidang/perusahaan yang mengalami perkembangan digitalisasi :

### **1. Bidang Komunikasi**

Bidang komunikasi merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan yang begitu cepat. Evolusi komunikasi di era digital sudah hadir dari smartphone yang dilengkapi dengan beragam fungsi canggih. Salah satu aspek penting dari smartphone dan smartphone modern adalah memiliki kemampuan internet yang lebih optimal yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan orang-orang.

### **2. Adanya Aplikasi Dalam Bisnis**

Dalam dunia bisnis saat ini, era digital sedang berjalan lancar. Jika kita melihat dunia bisnis modern, ada banyak sekali jenis aplikasi yang tersedia. Aplikasi-aplikasi ini sangat membantu para pebisnis untuk menjangkau pelanggan dan target pasar yang lebih luas. Dunia bisnis saat ini sudah jauh berbeda dibandingkan dulu. Pasalnya, hingga saat itu para pelaku usaha sulit memasarkan dan memperkenalkan produknya kepada pelanggan.

### **3. Finansial Teknologi**

Dalam bidang keuangan juga mengalami perkembangan yang telah mengikuti era digital. Hal ini bisa dilihat pada beberapa tahun terakhir ini sudah mulai bermunculan sistem dompet digital. Perkembangan era digital dalam bidang ini juga masih ada hubungannya pada dunia bisnis dengan basis aplikasi. Pasalnya fintech atau financial technology juga akan mengandalkan aplikasi yang bisa memberikan pelayanan begitu baik kepada para user atau penggunanya.

#### 4. E-commers

Keberadaan e-commerce saat ini menjadi bukti bahwa era digital semakin maju pesat. E-commerce juga dapat membantu meningkatkan kinerja perekonomian masyarakat lokal. E-commerce pada dasarnya adalah layanan penawaran produk dan barang secara online di situs web atau aplikasi. Dulu, jika ingin membeli sesuatu, harus keluar rumah dan pergi ke tempat penjualan produk yang diinginkan.

### **PENGARUH DIGITALISASI PADA PERUSAHAAN**

Era digitalisasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan secara mendalam, membawa dampak positif dan negatif. Di bidang ekonomi, digitalisasi meningkatkan efisiensi dan produktivitas, namun juga memperlebar kesenjangan pendapatan jika tidak diatur dengan baik. Dunia kerja mengalami transformasi dengan meningkatnya otomatisasi dan kebutuhan akan keterampilan digital yang lebih tinggi. Dalam pendidikan, teknologi digital memperluas akses dan fleksibilitas belajar, meski menuntut literasi digital yang memadai. Sosial dan komunikasi juga terpengaruh, dengan media sosial yang mengubah interaksi manusia dan mengurangi kualitas hubungan interpersonal. Keamanan dan privasi menjadi tantangan besar karena meningkatnya serangan siber. Namun, inovasi dan perkembangan teknologi yang didorong oleh digitalisasi menciptakan peluang baru yang memaksa perusahaan untuk terus beradaptasi dan berkembang. Digitalisasi membawa tantangan baru dalam hal keamanan dan privasi. peningkatan penggunaan teknologi digital meningkatkan risiko serangan cyber dan pelanggaran privasi, yang memerlukan pendekatan baru dalam pengelolaan keamanan data. Berikut dampak perubahan perusahaan pada era digitalisasi :

#### 1. **Transformasi Operasional**

Teknologi digital memudahkan proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual. Misalnya, dalam manufaktur, penggunaan robot dan sistem otomatisasi mengurangi waktu produksi dan biaya tenaga kerja. Dalam layanan pelanggan, *chatbot* dan sistem AI dapat menangani pertanyaan rutin, sehingga meningkatkan efisiensi operasional.

#### 2. **Inovasi Produk dan Layanan**

Digitalisasi memudahkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang sebelumnya tidak mungkin. Contohnya adalah produk perangkat lunak berbasis cloud, aplikasi mobile, dan layanan streaming.

#### 3. **Peningkatan Kolaborasi dan Komunikasi**

Era digitalisasi mempercepat tren pekerjaan jarak jauh, terutama selama pandemi COVID-19. Perusahaan perlu beradaptasi dengan model kerja yang fleksibel, menyediakan

infrastruktur teknologi yang mendukung, serta memastikan keamanan data dan komunikasi.

#### 4. **Keamanan dan Privasi**

Dengan peningkatan penggunaan teknologi digital, perusahaan juga menghadapi risiko yang lebih tinggi terhadap serangan siber. Keamanan siber menjadi prioritas utama untuk melindungi data sensitif dan menjaga kepercayaan pelanggan. Dari perubahan dan pengaruh digitalisasi bagi sebuah perusahaan yang sudah dijelaskan diatas, yang harus dilakukan agar suatu perusahaan bisa bertahan dalam transformasi digitalisasi adalah agar perusahaan dapat bertahan dan sukses dalam era transformasi digitalisasi, mereka perlu mengembangkan strategi digital yang jelas dengan visi dan misi yang terdefinisi. Investasi dalam infrastruktur teknologi yang kuat solusi keamanan siber sangatlah penting. Selain itu, perusahaan harus menyediakan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi digital karyawan dan merekrut talenta dengan keahlian teknis. Membangun budaya perusahaan yang adaptif dan mendorong inovasi, seperti halnya fokus pada pengalaman pelanggan melalui personalisasi layanan dan pengumpulan *feedback*. Perlindungan keamanan cyber dan kepatuhan terhadap regulasi privasi harus dijaga ketat. (Schneier, 2015). Kolaborasi dengan mitra teknologi dan peningkatan kerja sama lintas departemen internal juga perlu ditingkatkan. Perusahaan juga harus mengukur keberhasilan dan melakukan evaluasi berkala guna menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digitalisasi.

Salah satu Perusahaan yang telah melakukan proses transformasi di era digitalisasi dengan menyuguhkan berbagai fasilitas digital adalah PT. Bank Negara Indonesia Tbk atau lebih dikenal sebagai BNI yang merupakan badan usaha milik negara Indonesia. Perkembangan tersebut terlihat dari hadirnya BNI Mobile Banking yang memberikan layanan Internet Banking yang dapat diakses melalui telepon seluler menggunakan jaringan internet kapan saja, dimana saja, yang mempermudah penggunaanya dari cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, pembayaran tagihan dan perencanaan keuangan.

Dalam era digital seperti sekarang, waktu dan biaya merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam setiap transaksi. Dengan BNI Internet Banking, dengan demikian dapat melakukan transaksi dengan cepat dan mudah tanpa harus membuang waktu dan biaya untuk datang ke kantor cabang. BNI Internet Banking dilengkapi dengan fitur keamanan yang canggih, seperti SMS Banking dan Token. Fitur ini membantu melindungi akun dan transaksi perbankan dari ancaman kejahatan cyber. BNI Internet Banking menawarkan fitur yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi

perbankan. Fitur-fitur tersebut antara lain transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan masih banyak lagi. Melalui fitur Monitoring Keuangan, BNI Internet Banking memberikan nasabah akses untuk memantau saldo rekening, riwayat transaksi, dan aktivitas perbankan secara real-time. Hal ini berarti dapat dengan cepat dan mudah melihat jumlah uang yang tersedia di rekening, serta melacak setiap transaksi yang dilakukan, baik itu transfer masuk maupun keluar, pembelian, atau pembayaran tagihan. Namun, dengan berbagai layanan yang diberikan oleh PT. BNI Tbk ini tentu memiliki tantangan dimana masyarakat yang belum sepenuhnya terjangkau oleh jaringan internet dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang penggunaan internet. Hal tersebut adalah tantangan yang perlu dihadapi oleh PT. BNI Tbk.

Pernyataan tersebut didukung dengan pemberitaan dari News Republika bahwa pemerataan akses internet di Indonesia masih jadi tantangan besar. (News Republika, 2023). Di dalam Catatan MPR RI Bambang Soesatyo menyatakan bahwa baru 210 juta warga yang memiliki akses internet. Berarti, lebih dari 40 juta warga belum memiliki akses atau konektivitas untuk ikut bertransformasi digital. Data ini mengonfirmasi bahwa sekitar 20 ribu desa dari 83.381 ribu desa belum memiliki akses internet. (Soesatyo, 2022) Berdasarkan data diatas, peneliti ingin meneliti apakah seseorang yang sudah terjangkau internet dapat menggunakan layanan BNI Mobile Banking dengan baik tanpa kendala. Tujuan penelitian ini adalah, peneliti ingin melihat apakah transformasi digital yang dilakukan PT. BNI Tbk dimana seseorang yang sudah terjangkau internet dapat memahami dan menggunakan BNI Mobile Banking dengan lancar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menyelidiki mahasiswa Universitas Semarang yang menggunakan layanan BNI. Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu Variabel Fasilitas Digital, Variabel Kualitas Pelayanan, dan Variabel Kepuasan Keseluruhan.

### **1. Fasilitas Digital**

Fasilitas digital dalam perbankan, sering disebut sebagai digital banking atau perbankan digital, mencakup berbagai layanan dan teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi keuangan dan mengelola akun mereka secara online. Contohnya fasilitas digitalnya seperti: BNI mobile banking, BNI internet banking, BNI SMS banking, BNI call center, BNI Tapcash, dan BNI API developer portalportal. (BNI, Digital Banking, 2023)

## 2. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Kemudian, apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas suatu layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. (Tjiptono, 2007:22)

## 3. Kepuasan Keseluruhan

Dalam dunia perbankan, kepuasan keseluruhan berarti seberapa puas nasabah dengan berbagai layanan dan produk yang ditawarkan oleh bank. Ini meliputi pengalaman nasabah dengan layanan pelanggan, kemudahan penggunaan layanan seperti mobile banking dan ATM, kecepatan dalam menangani transaksi dan masalah, serta rasa aman dan percaya terhadap bank. Kepuasan ini penting karena nasabah yang puas cenderung setia, menggunakan lebih banyak layanan bank, dan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Bank yang berhasil membuat nasabahnya puas biasanya akan lebih sukses dan memiliki reputasi yang baik. (Fornell, 2006)

## **POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu atau contoh yang seluruhnya menjadi fokus penelitian dan mencakup semua anggota dari kelompok yang ingin peneliti pelajari atau yang ingin peneliti generalisasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Semarang dari beberapa program studi dengan jumlah 55 orang. (William M.K. , 2020) Sedangkan sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2017:81)

## **SKALA PENGUKURAN**

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah metode pengukuran yang menggunakan skala bertingkat untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi seseorang. (Arikunto, 2013)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aplikasi mobile Banking BNI sangat membantu responden dalam melakukan transaksi. Kemudahan akses mobile banking juga mempermudah responden untuk belajar menggunakan aplikasi layanan online ini. Dari hasil sebar kuesioner yang melibatkan 55 Mahasiswa Universitas Semarang, ditemukan bahwa Ilmu Komunikasi memiliki presentase tertinggi sebesar 65,8%, diikuti oleh Manajemen 14,4%, Pariwisata 2,9%,

Psikologi 5,8%, Teknik Sipil 2,9%, Sistem Informasi 5,8%, Teknik Informatika 2,9%, dan Hukum 2,9%.

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa presentase tertinggi dari responden yang sangat setuju 19,1% terdapat pada pernyataan no 3 pada variabel fasilitas digital, yaitu responden merasa sangat mudah untuk mengakses informasi layanan digital BNI. Sedangkan presentase paling rendah dari responden yang sangat setuju 5,7% berada pada pernyataan no 1 mengenai kepuasan keseluruhan, dengan kepuasan layanan yang diberikan oleh bank BNI di Universitas Semarang.

Selain itu, presentase tertinggi dari responden yang setuju terdapat pada pernyataan no 1 pada variabel kepuasan keseluruhan, yaitu kepuasan dengan layanan yang diberikan oleh bank BNI di Universitas Semarang sebesar 54,5%. Sedangkan presentase terendahnya terdapat pada pernyataan no 4 mengenai fasilitas digital, di mana transaksi melalui layanan digital BNI berjalan lancar tanpa gangguan dengan presentase 8,6%.

Dari hasil kuesioner juga terlihat bahwa banyak responden yang tidak puas dengan transaksi pelayanan BNI di mobile banking. Ada juga presentase tertinggi dari responden yang netral terdapat pada pernyataan no 2 pada variabel kepuasan keseluruhan, di mana responden akan merekomendasikan layanan bank BNI kepada teman dan keluarga sebesar 5,93%. Sedangkan presentase terendah dari responden yang netral 8,6% terdapat pada variabel kualitas pelayanan pada

## **KESIMPULAN**

Transformasi digital telah mengubah banyak aspek dalam dunia perbankan, mendorong Bank BNI untuk mengadopsi teknologi digital dalam operasional dan layanannya. Layanan digital BNI seperti mobile banking dan internet banking telah memberikan pernyataan no 4, di mana responden mudah untuk memahami informasi yang diberikan oleh bank BNI.

Pada point Tidak Setuju, presentase paling tinggi terdapat pada variabel fasilitas digital pada pernyataan no 4 dengan presentase 0,48%, di mana responden mengeluh jika transaksi melalui layanan digital BNI lancar tanpa gangguan. Sedangkan presentase paling rendah pada point Tidak Setuju yaitu 2,9% terdapat pada variabel fasilitas digital pada pernyataan no 3, di mana responden mengatakan bahwa informasi tentang layanan digital BNI mudah diakses.

Terakhir, presentase paling tinggi dari responden yang sangat tidak setuju terdapat pada variabel fasilitas digital pada pernyataan no 4 dengan presentase 0,121%, di mana responden menolak jika transaksi melalui layanan digital BNI lancar tanpa ganggu. kemudahan dan kecepatan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Namun, masih terdapat tantangan terkait keterbatasan akses internet di beberapa wilayah serta pemahaman masyarakat dalam menggunakan layanan digital perbankan.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (BNI) meraih penghargaan "The Best Government Bank in Service Excellence 2021" sebagai pengakuan atas layanan prima yang diberikan kepada nasabah. Selama empat tahun berturut-turut, BNI dinobatkan sebagai bank BUMN terbaik, menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan layanan terbaik. Mengusung nilai-nilai AKHLAK dan strategi RACE, BNI terus berinovasi dan meningkatkan kinerja. Namun, tantangan tetap ada, seperti keterbatasan wawasan SDM terkait penggunaan platform digital. BNI, yang dikenal sebagai "Bank Kampus", aktif mendukung pendidikan melalui Campus Financial Ecosystem, memberikan solusi keuangan digital bagi lembaga pendidikan dan komunitas akademik. Hingga akhir 2021, Dana Pihak Ketiga (DPK) dari sektor pendidikan mencapai Rp 12,01 triliun. BNI juga berkolaborasi dengan universitas dan lembaga pendidikan di seluruh Indonesia, termasuk USM, UNDIP, dan UNNES, serta mendukung pelaksanaan ujian masuk berbasis komputer di 125 kampus. Dukungan BNI ini dianggap penting dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang berkualitas dan efisien.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan, secara umum nasabah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BNI, terutama dalam hal keramahan dan pengetahuan staf, serta kecepatan proses layanan. Nasabah juga menilai bahwa fasilitas

digital BNI seperti mobile banking dan internet banking mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan mereka. Namun, masih ada beberapa nasabah yang menemui kendala terkait kelancaran transaksi digital. Secara keseluruhan, nasabah merasa puas dengan transformasi digital yang dilakukan oleh Bank BNI dan akan merekomendasikan layanannya kepada orang lain, meskipun masih ada beberapa nasabah yang merasa transformasi digital BNI belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka. Transformasi digital yang dilakukan Bank BNI telah memberikan manfaat bagi nasabah, namun masih perlu perbaikan dan pengembangan lebih lanjut untuk mengatasi tantangan yang ada, terutama terkait aksesibilitas dan pemahaman nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andri, H. (2016). *Komunikasi Organisasi Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Arni, M. (2015). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, H. H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Edisi revisi). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- CNBC Indonesia. (2021, Juni 29). BNI Raih Penghargaan Bank BUMN Terbaik. Diakses dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210629234535-17-256918/bni-raih-penghargaan-bank-bumn-terbaik-2021>
- Herlambang, A. D., & Dewanti, A. (2018). Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), 48.
- Morissan. (2020). Komunikasi Organisasi. In Morissan (Ed.), *Komunikasi Organisasi* (p. 4). Jakarta Timur: PRENADA MEDIA GROUP.
- Oktaria Ardika Putri, S. H. (2022). Transformasi Digital Dalam Bisnis dan Manajemen. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 136-137.
- Puspitadewi, I. (2019). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 247–258.
- Sudiantini, D., et al. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending Jurnal Ekonomi, Akutansi, dan Manajemen*, 1(3), 21-30.