



Strategi Edukasi Bank BRI dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Brimo oleh Nasabah

Wildatuz Zahroh¹, Habibatun Nafilah², Miko Ari Firmansyah³, Agung Parmono⁴

¹ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

² Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

³ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

⁴ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

wildatuszahrooo@gmail.com, habibatunnafilah07@email.com, adamfatianikbal@gmail.com,

agungparmono.febi@lecturer.uinkhas.ac.id

Abstrak

Penggunaan layanan perbankan digital semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi informasi, termasuk pemanfaatan aplikasi mobile banking BRImo oleh nasabah Bank BRI. Namun, masih terdapat sebagian nasabah, khususnya di segmen usia lanjut dan wilayah dengan literasi digital rendah, yang belum optimal dalam memanfaatkan fitur-fitur BRImo karena minimnya pemahaman dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital. Permasalahan ini menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan edukasi sebagai solusi untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap aplikasi BRImo. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis strategi edukasi yang diterapkan Bank BRI dalam meningkatkan penggunaan aplikasi BRImo, meliputi sosialisasi langsung di kantor cabang, pelatihan tatap muka bagi nasabah, pemanfaatan media sosial dan konten edukatif digital, serta pendampingan personal oleh petugas customer service. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan nasabah dan pegawai bank, serta dokumentasi kegiatan edukasi. Hasil sementara menunjukkan bahwa strategi edukasi yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan pemahaman nasabah terhadap fitur BRImo hingga lebih dari 60%, serta mendorong peningkatan frekuensi transaksi digital pada kelompok nasabah yang mengikuti program edukasi. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi strategi edukasi perbankan digital yang lebih efektif dan inklusif.

Kata Kunci: BRImo, Edukasi Digital, Literasi Keuangan, Mobile Banking, Nasabah Bank BRI

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Salah satu bentuk transformasi digital yang paling nyata dirasakan masyarakat adalah hadirnya layanan perbankan digital atau digital banking, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia turut menghadirkan inovasi tersebut melalui aplikasi BRImo, sebuah aplikasi mobile banking yang menyediakan berbagai fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, investasi, hingga pembukaan rekening secara digital.

Kehadiran BRImo bertujuan untuk memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja. Meskipun demikian, tingkat adopsi dan pemanfaatan aplikasi ini oleh nasabah belum sepenuhnya merata. Sebagian nasabah, terutama pada kelompok usia lanjut, masyarakat di wilayah dengan akses teknologi terbatas, serta nasabah dengan tingkat literasi digital yang masih rendah, cenderung enggan atau mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi BRImo. Beberapa faktor penyebabnya antara lain kurangnya pemahaman terhadap fitur-fitur yang tersedia, kekhawatiran terhadap keamanan data dan transaksi, serta minimnya pendampingan dalam proses adaptasi teknologi baru.

Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi layanan digital banking tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada tingkat literasi dan kesiapan penggunanya. Oleh karena itu, diperlukan strategi edukasi yang tepat dan berkelanjutan agar nasabah dapat memahami manfaat, cara penggunaan, serta aspek keamanan aplikasi BRImo secara optimal. Edukasi ini dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti sosialisasi langsung, pelatihan tatap muka, pemanfaatan media sosial, konten edukatif digital, maupun pendampingan personal oleh petugas bank.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi edukasi yang diterapkan oleh Bank BRI dalam upaya meningkatkan penggunaan aplikasi BRImo oleh nasabah. Melalui pemahaman terhadap strategi tersebut, diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai efektivitas program

edukasi yang telah dilaksanakan, sekaligus memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi edukasi perbankan digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan di masa mendatang.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi edukasi yang diterapkan oleh Bank BRI dalam meningkatkan penggunaan aplikasi BRImo oleh nasabah. Kegiatan dilaksanakan di kantor cabang/unit BRI pada periode pelaksanaan pengabdian, dengan melibatkan pegawai bank khususnya bagian customer service dan nasabah sebagai subjek pengamatan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan pihak Bank BRI untuk menentukan jadwal, sasaran nasabah, serta menyiapkan materi edukasi terkait fitur dan manfaat aplikasi BRImo, meliputi cara registrasi, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga aspek keamanan transaksi digital.

2. Tahap Observasi

Dilakukan pengamatan langsung terhadap proses edukasi yang berjalan di kantor cabang, termasuk interaksi antara petugas bank dan nasabah saat melakukan sosialisasi maupun pendampingan penggunaan aplikasi BRImo.

3. Tahap Wawancara

Wawancara dilakukan kepada petugas customer service dan beberapa nasabah untuk menggali informasi mengenai metode edukasi yang diterapkan, kendala yang dihadapi nasabah, serta respons nasabah terhadap program edukasi tersebut.

4. Tahap Pelaksanaan Edukasi

Kegiatan edukasi dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

- Sosialisasi tatap muka di kantor cabang mengenai fitur dan cara penggunaan BRImo;
- Pendampingan personal (one-on-one guidance) bagi nasabah yang mengalami kesulitan;
- Penyebaran konten edukatif melalui media sosial dan platform digital BRI;
- Simulasi langsung penggunaan aplikasi BRImo menggunakan perangkat nasabah.

5. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman dan intensitas penggunaan aplikasi BRImo oleh nasabah sebelum dan sesudah mengikuti program edukasi. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara, serta dokumentasi kegiatan.

6. Tahap Pelaporan

Seluruh data dan temuan yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dan disusun dalam bentuk laporan hasil pengabdian sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi strategi edukasi selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Peserta Edukasi

Kegiatan edukasi penggunaan aplikasi BRImo diikuti oleh sejumlah nasabah dengan karakteristik yang beragam, baik dari segi usia, latar belakang pekerjaan, maupun tingkat pemahaman terhadap teknologi digital. Sebagian besar peserta merupakan nasabah berusia 30-55 tahun dan di atas 55 tahun yang sebelumnya jarang atau belum pernah menggunakan layanan mobile banking secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut menjadi sasaran utama yang memerlukan pendampingan lebih intensif dalam adaptasi teknologi digital perbankan.

2. Pelaksanaan Strategi Edukasi

Strategi edukasi yang diterapkan oleh Bank BRI dilaksanakan melalui beberapa metode, yaitu sosialisasi tatap muka, pendampingan personal, konten edukatif digital, dan simulasi langsung penggunaan aplikasi. Dari hasil observasi, metode pendampingan personal (one-on-one guidance) terbukti paling efektif, karena petugas dapat langsung membantu nasabah mempraktikkan fitur-fitur BRImo sesuai kebutuhan masing-masing, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembukaan rekening digital.

Selain itu, sosialisasi tatap muka yang dilakukan secara berkala di kantor cabang turut membantu nasabah memahami manfaat serta keamanan transaksi digital, sehingga mengurangi kekhawatiran nasabah terhadap risiko penyalahgunaan data pribadi. Media sosial dan konten edukatif digital juga berperan penting dalam menjangkau nasabah yang lebih terbiasa dengan platform digital, meskipun efektivitasnya lebih terasa pada kelompok usia muda dibandingkan kelompok usia lanjut.

3. Tingkat Pemahaman dan Penggunaan Aplikasi BRImo

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi sebelum serta sesudah pelaksanaan edukasi, terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur BRImo. Sebelum mengikuti program edukasi, sekitar 40% nasabah menyatakan belum memahami cara penggunaan aplikasi secara menyeluruh. Setelah mengikuti kegiatan edukasi, tingkat pemahaman nasabah meningkat menjadi

sekitar 85%, serta terjadi peningkatan frekuensi transaksi digital pada kelompok nasabah yang mendapatkan pendampingan langsung.

4. Kendala yang Dihadapi

Meskipun strategi edukasi yang diterapkan cukup efektif, terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kegiatan, di antaranya:

- Keterbatasan waktu nasabah untuk mengikuti sesi edukasi secara penuh;
- Tingkat literasi digital yang masih rendah pada sebagian nasabah lanjut usia;
- Keterbatasan jumlah petugas untuk melakukan pendampingan secara menyeluruh kepada seluruh nasabah.

5. Implikasi Hasil

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara edukasi tatap muka dan pendampingan personal merupakan strategi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman dan penggunaan aplikasi BRImo. Temuan ini memberikan gambaran bahwa keberhasilan transformasi digital perbankan tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada upaya edukasi berkelanjutan yang menyentuh langsung kebutuhan dan tingkat pemahaman nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa strategi edukasi yang diterapkan oleh Bank BRI memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan penggunaan aplikasi BRImo oleh nasabah. Strategi edukasi tersebut meliputi sosialisasi tatap muka, pendampingan personal (one-on-one guidance), pemanfaatan media sosial serta konten edukatif digital, dan simulasi langsung penggunaan aplikasi. Dari keempat metode tersebut, pendampingan personal terbukti menjadi metode paling efektif, terutama bagi nasabah dengan tingkat literasi digital yang masih rendah.

Pelaksanaan strategi edukasi ini berhasil meningkatkan pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur BRImo, yang ditandai dengan meningkatnya frekuensi transaksi digital pada kelompok nasabah yang mengikuti program edukasi. Selain itu, kegiatan edukasi juga membantu mengurangi kekhawatiran nasabah terkait keamanan transaksi digital, sehingga mendorong tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking yang disediakan oleh Bank BRI.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya, seperti keterbatasan waktu nasabah, rendahnya literasi digital pada kelompok usia lanjut, serta terbatasnya jumlah petugas yang melakukan pendampingan. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dari pihak Bank BRI untuk terus mengembangkan dan memperluas jangkauan program edukasi, baik melalui peningkatan intensitas pendampingan, penyederhanaan materi edukasi, maupun pemanfaatan teknologi yang lebih interaktif agar seluruh lapisan nasabah dapat memanfaatkan aplikasi BRImo secara optimal.

Sebagai saran, disarankan agar Bank BRI menjalin kerja sama dengan komunitas lokal atau tokoh masyarakat dalam menyampaikan edukasi digital, khususnya di wilayah dengan tingkat literasi teknologi rendah, serta menyediakan modul edukasi sederhana yang dapat diakses secara mandiri oleh nasabah kapan saja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aningsih, S., Efendi, J., & Purnomo, R. A. (2025). The digital customer journey: Bagaimana digitalisasi membentuk perilaku nasabah dan mendorong pertumbuhan bisnis perbankan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 637-651.
- Ardhianty, I. W. (2025). Tantangan dan strategi perlindungan konsumen pada layanan perbankan di tengah kemajuan teknologi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(2), 151-162.
- Autama, R., & Putri, S. E. (2022). Pengaruh penggunaan aplikasi BRImo terhadap loyalitas nasabah Bank BRI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45-58.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan akses keuangan digital 2023. Bank Indonesia.
- Edy Susanto, D., Darta Hadi, E., Indriani, R., Suthia Hayu, R., & Usman, B. (2023). Analisis penggunaan mobile banking oleh generasi X di Indonesia. *Student Journal of Business and Management*, 4(2), 135-144.
- Fatmawati, E., & Hayati, B. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan brand image terhadap penggunaan layanan digital perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 1-15.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Cetak biru transformasi digital perbankan. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pratama, B., & Santoso, L. (2024). Strategi transformasi digital Bank BRI dalam meningkatkan kepuasan nasabah di era pandemi. *Jurnal Perbankan Syariah dan Konvensional*, 8(3), 90-104.

- Rizki, L. A., & Fintani, P. S. (2025). Peran mahasiswa santri Stembil Al Aziziyah sebagai edukator digital banking dalam literasi keuangan syariah di Pondok Pesantren Darul Hikam Kebumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 8647–8652. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3242>
- Sihotang, L., & Agustiawan. (2023). Upaya meningkatkan pemahaman dan keamanan dalam penggunaan aplikasi BRImo kepada nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kantor KCP Ahmad Yani. *SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36–44. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i01.15>
- Suharbi, M. A., & Margono, H. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4749–4759.
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Literasi ekonomi, literasi keuangan, literasi digital dan perilaku keuangan di era ekonomi digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261–279.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital. *MBIA*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- detikFinance. (2024). Begini strategi BRI agar 40 juta nasabah pakai BRImo tahun ini. <https://finance.detik.com/moneter/d-7316913/begini-strategi-bri-agar-40-juta-nasabah-pakai-brimo-tahun-ini>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi keuangan, inklusi keuangan dan minat investasi generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 252–264.