

## SOSIALISASI DAN EDUKASI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BSI KEPADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA CABANG PINRANG

*Socialization and Education on BSI Mobile Banking Usage for Customers of Bank  
Syariah Indonesia Pinrang Branch*

**Adriyani<sup>1</sup>, Hernianti Harun<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. Km. 6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan  
91131

Email: [adriyaniidris02@gmail.com](mailto:adriyaniidris02@gmail.com)<sup>1</sup>, [herniantiharunanty@gmail.com](mailto:herniantiharunanty@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pinrang dalam menggunakan layanan mobile banking BSI Mobile secara optimal. Permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital nasabah terkait fitur-fitur aplikasi BSI Mobile, yang menyebabkan nasabah tidak dapat memanfaatkan layanan secara maksimal dan sering mengalami kendala teknis. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi tatap muka, demonstrasi langsung, dan pemberian modul panduan kepada 100 nasabah aktif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur BSI Mobile, berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kegiatan ini juga berhasil mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi nasabah, yaitu masalah jaringan, ketidakpahaman fitur, dan lambatnya respons layanan pelanggan, serta memberikan solusi praktis untuk mengatasi kendala tersebut.

**Kata Kunci: Mobile Banking, BSI Mobile, Kepuasan Nasabah, Edukasi Digital, Literasi Keuangan**

### Abstract

*This community service activity aims to improve the understanding and ability of Bank Syariah Indonesia (BSI) Pinrang Branch customers in using BSI Mobile banking services optimally. The problem faced is the low digital literacy of customers regarding BSI Mobile features, causing customers to be unable to utilize services maximally and frequently experience technical difficulties. Activities were carried out through face-to-face socialization, live demonstrations, and the provision of guide modules to 100 active customers. Results show a significant improvement in customers' understanding of BSI Mobile features, positively impacting customer satisfaction in using digital banking services. This activity also successfully identified the main obstacles faced by customers network problems, unfamiliarity with features, and slow customer service responses and provided practical solutions to overcome them.*

**Keywords: Mobile Banking, BSI Mobile, Customer Satisfaction, Digital Education, Financial Literacy**

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan mendasar dalam industri perbankan, terutama dalam penyediaan layanan keuangan berbasis digital. Salah satu inovasi terpenting dalam perbankan modern adalah layanan mobile banking, yakni platform yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat ponsel pintar kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Kehadiran mobile banking telah mengubah paradigma layanan perbankan dari yang bersifat konvensional menjadi layanan yang fleksibel, efisien, dan dapat diakses selama 24 jam penuh (Agustina & Krisnaningsih, 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia turut merespons tuntutan era digital dengan menghadirkan layanan BSI Mobile. Aplikasi ini merupakan hasil merger tiga bank syariah milik negara Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah yang kini terintegrasi dalam satu platform digital. BSI Mobile menyediakan beragam fitur unggulan mencakup transaksi keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa, serta fitur berbasis nilai-nilai Islam seperti jadwal sholat, tausiyah harian, layanan ZISWAF, dan pengelolaan tabungan emas (Galih & Setiawan, 2024).

Di tingkat kabupaten/kota, termasuk di Kota Pinrang Sulawesi Selatan, potensi penggunaan layanan perbankan digital masih belum termanfaatkan secara optimal. Berdasarkan hasil observasi awal di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang, sebagian besar nasabah, khususnya dari kalangan masyarakat umum dan pelaku usaha mikro, masih menghadapi berbagai kendala dalam mengakses dan memanfaatkan fitur-fitur BSI Mobile. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan literasi digital yang perlu diatasi melalui program edukasi dan pendampingan yang terstruktur (Deltua et al., 2024).

Literasi keuangan digital merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengakses, dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan berbasis teknologi secara efektif dan aman. Tingkat literasi keuangan digital yang rendah tidak hanya berdampak pada rendahnya adopsi layanan perbankan digital, tetapi juga berpotensi meningkatkan risiko penipuan digital yang merugikan nasabah. Program sosialisasi dan edukasi yang menasar langsung nasabah BSI Cabang Pinrang menjadi salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang relevan dan berdampak nyata (Yusnidar et al., 2023).

Program pengabdian masyarakat ini hadir sebagai respons atas kebutuhan nyata di lapangan, yakni perlunya peningkatan pemahaman nasabah BSI Cabang Pinrang terhadap penggunaan layanan mobile banking. Kegiatan dirancang untuk memberikan edukasi praktis melalui pendekatan yang mudah dipahami, meliputi demonstrasi langsung penggunaan aplikasi, diskusi interaktif mengenai fitur-fitur yang tersedia, serta pemberian modul panduan yang dapat dijadikan referensi. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sekaligus mendorong penggunaan layanan perbankan digital yang lebih luas dan aman di masyarakat Pinrang (Kotler & Keller, 2022).

#### METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pinrang. Sasaran kegiatan adalah nasabah aktif BSI Cabang Pinrang yang menggunakan atau berminat menggunakan layanan mobile banking BSI Mobile. Total peserta yang terlibat berjumlah 100 orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) nasabah aktif BSI Cabang Pinrang, (2) memiliki perangkat smartphone, dan (3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sosialisasi.

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis. Tahap pertama adalah survei awal dan identifikasi masalah melalui wawancara singkat kepada 30 nasabah untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kendala yang dihadapi. Tahap kedua adalah perancangan materi edukasi berupa modul panduan BSI Mobile yang mencakup langkah registrasi, navigasi fitur utama, keamanan akun, dan penanganan masalah teknis. Tahap ketiga adalah pelaksanaan sosialisasi dalam tiga sesi dengan metode ceramah singkat, demonstrasi langsung, dan praktik mandiri. Tahap keempat adalah evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test* serta kuesioner kepuasan.

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

No	Tahapan	Kegiatan	Output
1	Survei Awal	Wawancara dan observasi kepada 30 nasabah	Identifikasi permasalahan dan kebutuhan nasabah
2	Perancangan Materi	Penyusunan modul panduan BSI Mobile	Modul edukasi yang mudah dipahami nasabah
3	Sosialisasi & Edukasi	Ceramah, demonstrasi, dan praktik mandiri (3 sesi)	Peningkatan pemahaman peserta terhadap fitur BSI Mobile
4	Evaluasi	Pre-test, post-test, dan kuesioner kepuasan	Data peningkatan pemahaman dan kepuasan nasabah

Sumber: Data Olah Lapangan, 2025

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi untuk mencatat kondisi awal penggunaan aplikasi oleh nasabah, lembar wawancara terstruktur untuk menggali kendala yang dihadapi, kuesioner pre-test dan post-test berisi 15 pertanyaan mengenai pengetahuan fitur dan tata cara penggunaan BSI Mobile, serta kuesioner kepuasan peserta yang diukur menggunakan skala Likert 1-5. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat peningkatan pemahaman dan tingkat kepuasan nasabah setelah mengikuti kegiatan sosialisasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Kondisi Awal: Identifikasi Masalah Penggunaan BSI Mobile

Hasil survei awal menunjukkan bahwa tingkat pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur BSI Mobile masih relatif rendah. Dari 30 nasabah yang diwawancarai, hanya 12 orang (40%) yang menyatakan mampu menggunakan lebih dari lima fitur yang tersedia. Sebanyak 18 orang (60%) mengaku hanya menggunakan fitur dasar seperti cek saldo dan transfer dana, sementara fitur bernilai tambah seperti ZISWAF, tabungan emas, QRIS, dan layanan Islami sama sekali belum pernah dimanfaatkan.

Kendala utama yang paling banyak disebutkan nasabah adalah: pertama, ketidakpahaman terhadap cara menggunakan fitur tertentu (70% responden); kedua, masalah teknis berupa gangguan jaringan dan error aplikasi (55% responden); ketiga, kekhawatiran terhadap keamanan data dan transaksi (45% responden); dan keempat, lambatnya respons layanan pelanggan saat terjadi kendala (38% responden). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan (ease of use) dan kepercayaan (trust) menjadi determinan utama kepuasan nasabah mobile banking (Agustina & Krisnaningsih, 2023).

**Tabel 2. Hasil Survei Awal: Kendala Penggunaan BSI Mobile**

No	Kendala	Jumlah Responden	Persentase
1	Ketidakpahaman fitur aplikasi	21 orang	70%
2	Gangguan jaringan / error aplikasi	17 orang	55%
3	Kekhawatiran keamanan data	14 orang	45%
4	Lambatnya respons layanan pelanggan	11 orang	38%
5	Proses registrasi yang rumit	9 orang	30%

Sumber: Data Olah Lapangan, 2025

### 2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi BSI Mobile

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dalam tiga sesi yang masing-masing berlangsung selama dua jam. Sesi pertama difokuskan pada pengenalan fitur-fitur dasar BSI Mobile, meliputi registrasi akun, navigasi antarmuka, cek saldo, mutasi rekening, dan transfer dana. Materi disampaikan melalui metode ceramah interaktif yang disertai tayangan slide dan demonstrasi langsung oleh fasilitator.

Sesi kedua mencakup fitur-fitur lanjutan yang belum banyak diketahui nasabah, antara lain: fitur ZISWAF untuk pembayaran zakat, infaq, dan wakaf secara online, fitur tabungan emas dan gadai emas, fitur QRIS untuk pembayaran di merchant, serta fitur Islami berupa jadwal sholat dan tausiyah harian. Antusiasme peserta sangat tinggi pada sesi ini, terutama pada pengenalan fitur ZISWAF dan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa program sosialisasi memiliki peran penting dalam menjembatani kesenjangan antara ketersediaan fitur dengan pengetahuan nasabah (Galih & Setiawan, 2024).

Sesi ketiga merupakan sesi pemecahan masalah dan tanya jawab. Tim fasilitator memberikan solusi praktis untuk setiap permasalahan yang disampaikan, termasuk cara mengatasi gangguan jaringan, langkah reset PIN, prosedur pengaduan melalui BSI Call 14040, serta tips menjaga keamanan akun dari ancaman penipuan digital (*phishing* dan *social engineering*). Peserta juga diberikan modul panduan tercetak sebagai referensi mandiri.

### 3. Peningkatan Pemahaman dan Kepuasan Nasabah Pasca Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui pre-test sebelum sosialisasi dan post-test setelah seluruh sesi selesai. Hasil menunjukkan peningkatan nilai rata-rata yang signifikan, dari 52,3 pada pre-test menjadi 81,7 pada post-test, dengan peningkatan sebesar 29,4 poin atau sekitar 56,2%. Peningkatan tertinggi tercatat pada aspek pengetahuan fitur lanjutan (naik 68%), sementara aspek keamanan akun menunjukkan peningkatan sebesar 47%. Hasil ini membuktikan bahwa metode sosialisasi tatap muka dengan demonstrasi langsung efektif dalam meningkatkan literasi digital nasabah (Deltua et al., 2024).

**Tabel 3. Perbandingan Nilai Pre-Test dan Post-Test Peserta**

Aspek Penilaian	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan
Pengetahuan fitur dasar	68,5	88,2	+19,7 (28,8%)
Pengetahuan fitur lanjutan	31,4	72,6	+41,2 (68,0%)
Keamanan dan privasi akun	57,0	83,8	+26,8 (47,0%)
Penanganan masalah teknis	45,2	78,4	+33,2 (73,5%)
<b>Rata-rata keseluruhan</b>	<b>52,3</b>	<b>81,7</b>	<b>+29,4 (56,2%)</b>

Sumber: Data Olah Lapangan, 2025

Dari sisi kepuasan peserta terhadap kegiatan sosialisasi, hasil kuesioner menunjukkan bahwa 87% peserta menyatakan puas atau sangat puas dengan materi yang disampaikan, 91% peserta menyatakan metode demonstrasi langsung sangat membantu pemahaman mereka, dan 83% peserta menyatakan akan merekomendasikan kegiatan serupa kepada nasabah lain. Aspek yang paling diapresiasi peserta adalah kesempatan untuk langsung mempraktikkan penggunaan fitur dengan pendampingan fasilitator, serta ketersediaan modul panduan yang dapat dibawa pulang (Maulani et al, 2023, Yusnidar et al., 2023).

Kegiatan ini juga berhasil mengidentifikasi beberapa rekomendasi perbaikan yang disampaikan peserta kepada pihak BSI Cabang Pinrang. Pertama, perlunya peningkatan kecepatan respons layanan pelanggan, di mana saat ini nasabah harus menunggu hingga 1x24 jam untuk mendapatkan penanganan keluhan. Kedua, perlu adanya perbaikan tampilan antarmuka BSI Mobile agar lebih intuitif dan ramah pengguna, terutama bagi nasabah lanjut usia. Ketiga, disarankan agar BSI Cabang Pinrang secara rutin mengadakan sesi edukasi serupa, minimal dua kali dalam setahun, untuk menjangkau nasabah baru dan mengupdate pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur terbaru yang terus berkembang (Kotler & Keller, 2022).

#### 4. Dampak Kegiatan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Peningkatan pemahaman nasabah terhadap penggunaan BSI Mobile berdampak langsung pada persepsi mereka terhadap kualitas layanan BSI secara keseluruhan. Nasabah yang sebelumnya merasa frustrasi akibat tidak dapat memanfaatkan fitur-fitur aplikasi menjadi lebih percaya diri dan puas setelah mendapatkan bimbingan. Hal ini sesuai dengan teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari ekspektasi dan kinerja yang dirasakan ketika kinerja layanan melampaui ekspektasi melalui pemahaman yang lebih baik, tingkat kepuasan akan meningkat secara signifikan (Kotler & Keller, 2022).

Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa fitur-fitur berbasis nilai Islam yang dimiliki BSI Mobile, seperti ZISWAF dan pengingat ibadah, menjadi faktor diferensiasi yang unik dan diapresiasi tinggi oleh nasabah Muslim. Nilai tambah ini menjadi keunggulan kompetitif BSI Mobile dibandingkan dengan aplikasi mobile banking dari bank konvensional dan dapat menjadi daya tarik utama dalam program akuisisi nasabah baru (Galih & Setiawan, 2024).

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi dan edukasi penggunaan BSI Mobile kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur BSI Mobile secara signifikan, dengan rata-rata peningkatan nilai pengetahuan sebesar 56,2% dari pre-test ke post-test. Selain itu, 87% peserta menyatakan puas terhadap kegiatan yang dilaksanakan dan 83% akan merekomendasikan kegiatan serupa kepada nasabah lain. Keberhasilan ini menegaskan bahwa program edukasi digital yang dilakukan secara tatap muka dengan metode demonstrasi langsung merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan literasi digital nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan hasil kegiatan, beberapa saran disampaikan sebagai berikut. Pertama, Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang disarankan untuk menyelenggarakan program edukasi serupa secara berkala, minimal dua kali dalam setahun, untuk menjangkau nasabah baru dan menginformasikan fitur-fitur terbaru. Kedua, pihak BSI perlu meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan pelanggan, terutama dalam menangani keluhan teknis. Ketiga, pengembangan tampilan antarmuka BSI Mobile yang lebih intuitif dan ramah bagi semua kalangan usia perlu menjadi prioritas. Keempat, program serupa dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menjangkau komunitas pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) di Pinrang yang memiliki potensi besar dalam pemanfaatan layanan perbankan digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. A., & Krinansingsih, D. (2023). Pengaruh penggunaan BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 179–191. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/13052>
- Deltua, S. N., Arham, Q. L., Putri, C. P., & Lestari, P. (2024). Pengaruh penggunaan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (studi pada karyawan dan mahasiswa Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak*, 4(1), 1–6. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/banku/article/view/10064>
- Galih, M. D., & Setiawan, F. (2024). Optimizing Islamic bank customer satisfaction through mobile banking and internet banking services. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 90–106. <https://doi.org/10.46367/jps.v5i1.1791>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Maulani, Kirana, dan Hasnin, 2023, Optimalisasi Layanan Perbankan Digital untuk Peningkatan Kepuasan Nasabah, *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2, hal. 55-70.
- Yusnidar, Lubis, S. Z., & Nurbaiti. (2023). Optimalisasi penggunaan mobile banking syariah bagi nasabah: analisis jaringan untuk meningkatkan efisiensi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 32–44. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2240>