

Eksplorasi Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Wondr By BNI (Studi Kasus Nasabah BNI KCP Jatimakmur Bekasi)

Putra Andika¹, Krishantoro²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I, Jakarta Indonesia
Email: poetraandika03@gmail.com, krishantoro69@gmail.com,

Abstract.

This study aimed to explore customer experiences in using the wondr by BNI mobile banking application at the Jatimakmur Sub-Branch Office (KCP), Bekasi. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving six informants, including BNI internal personnel, customers, and academics. The research focused on three customer satisfaction indicators as proposed by Tjiptono (2014): expectation confirmation, repeat usage, and recommendation to others. The findings indicated that most customers perceive the wondr by BNI application as meeting their expectations, particularly in terms of its modern interface, practical features, and transactional efficiency. Customers also demonstrated a tendency for continued use due to ease of access and system stability. However, some challenges were noted, such as technical issues and facial verification problems, which initially reduced satisfaction levels. Nonetheless, several customers still recommended the application to others. These findings suggested that service stability, feature clarity, and a positive initial experience are key factors in fostering customer satisfaction and loyalty toward mobile banking services

Keywords: Customer Satisfaction, Mobile Banking, Wondr By BNI, Expectation Confirmation, Repeat Usage, Recommendation

Cronicle of Article: Received (11,06,2025); Revised (15,06,2025); and Published (28,06,2025)

©2025 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I

Profile and corresponding author : Putra Andika adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. Corresponding Author: poetraandika03@gmail.com, krishantoro69@gmail.com,

How to cite this article : Andika Putra, Krishantoro. "Eksplorasi Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Wondr By BNI (Studi Kasus Nasabah BNI KCP Jatimakmur Bekasi)", *Adbispreneur*, 5 (3), pp. 249 - 251 Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan. Inovasi seperti mobile banking memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja. Bank Negara Indonesia (BNI) merespons perubahan ini dengan meluncurkan aplikasi "wondr by BNI" sebagai bentuk komitmen terhadap modernisasi layanan perbankan (BNI, 2024).

Aplikasi ini diharapkan menjadi super app yang mencakup transaksi perbankan, perencanaan keuangan, hingga gaya hidup. Namun, peluncuran inovasi digital juga membawa tantangan, seperti

ketidaksesuaian ekspektasi pengguna dengan kinerja sistem dan kendala teknis dalam proses pendaftaran (Bhattacharjee, 2001).

Kemunculan mobile banking menjadi bagian penting dalam strategi digitalisasi bank untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan nilai tambah bagi nasabah. Mobile banking tidak lagi dipandang hanya sebagai pelengkap layanan fisik, tetapi telah menjadi kanal utama dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Dengan kata lain, keberhasilan sebuah aplikasi mobile banking sangat ditentukan oleh seberapa baik aplikasi tersebut menjawab kebutuhan dan preferensi nasabah (Lemon & Verhoef, 2016).

Khususnya di Indonesia, perkembangan pengguna mobile banking sangat pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi smartphone dan internet. Namun, masih banyak tantangan yang harus dihadapi, seperti literasi digital masyarakat, kesenjangan akses teknologi, dan kekhawatiran terkait keamanan data pribadi (Laukkanen, 2018). Oleh karena itu, perusahaan perbankan harus mampu menciptakan aplikasi yang tidak hanya canggih secara teknologi, tetapi juga inklusif dan mudah digunakan oleh berbagai segmen masyarakat (Roy et al., 2022).

BNI melalui aplikasi "wondr" mencoba mengakomodasi kebutuhan tersebut dengan pendekatan yang lebih modern dan user-centric. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan transaksi dasar, tetapi juga fitur insight keuangan, tampilan visual yang dinamis, dan kemudahan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Namun demikian, muncul berbagai respon dari nasabah terkait pengalaman mereka menggunakan aplikasi ini, mulai dari rasa puas hingga keluhan teknis. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi wondr by BNI, terutama dari aspek kepuasan pelanggan yang dilihat dari kesesuaian harapan, penggunaan ulang, dan kemauan merekomendasikan kepada orang lain. Pemahaman terhadap pengalaman nasabah ini sangat penting bagi bank dalam menyempurnakan layanan digitalnya.

LITERATUR REVIUW

Kajian Pustaka

1. Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2014) tentang indikator kepuasan pelanggan, yakni kesesuaian harapan, penggunaan ulang, dan rekomendasi. Diperkuat oleh teori Expectation-Confirmation Theory (Bhattacharjee, 2001).

2. Pengalaman Nasabah

Pengalaman nasabah dievaluasi berdasarkan ekspektasi sebelum penggunaan, kinerja yang dirasakan, konfirmasi, dan kepuasan akhir. Selain itu, Customer Experience Management (Lemon & Verhoef, 2016) menguraikan proses pengalaman pelanggan dalam tiga fase: sebelum, saat, dan setelah penggunaan. Teori ini memberikan pemahaman komprehensif terhadap pengalaman nasabah dalam konteks digital banking.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan berjumlah enam orang yang terdiri dari pihak BNI, tiga nasabah pengguna Wondr, dan satu akademisi. Teknik analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Tjiptono (2014), yaitu: (1) kesesuaian harapan, (2) penggunaan ulang, dan (3) rekomendasi kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kesesuaian Harapan

Nasabah merasa desain aplikasi modern, navigasi mudah, dan fitur-fitur transaksional memadai. Namun, kendala verifikasi wajah dan gangguan sistem menurunkan persepsi awal terhadap aplikasi.

2. Penggunaan Uang

Nasabah yang puas dengan fitur dan performa aplikasi menggunakan kembali aplikasi untuk transaksi rutin. Tapi beberapa pengguna memilih kembali ke aplikasi lama karena gangguan teknis.

3. Rekomendasi Kepada Orang Lain

Nasabah yang puas merekomendasikan aplikasi, namun beberapa memberikan catatan agar perbaikan sistem dilakukan terlebih dahulu. Rasa percaya sangat memengaruhi niat merekomendasikan.

Pembahasan

Temuan ini sesuai dengan ECT dan CEM, di mana harapan dan pengalaman memengaruhi kepuasan dan loyalitas. Kendala teknis perlu segera diatasi untuk menjaga kesinambungan penggunaan dan persepsi positif.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Nasabah umumnya puas terhadap aplikasi wondr by BNI dari sisi tampilan dan fitur. Namun, kendala teknis awal seperti proses verifikasi dan gangguan sistem masih menjadi hambatan.

Saran

BNI perlu meningkatkan stabilitas sistem, menyederhanakan proses registrasi, serta menyediakan dukungan pengguna yang lebih responsif. Literasi digital dan edukasi pengguna juga penting untuk meningkatkan pengalaman nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Laukkanen, T. (2018). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Roy, S. K., Lassar, W. M., Butaney, G., et al. (2022). A technology readiness and adoption model 2.0 (TRAM 2.0). *Journal of Service Management*, 33(1), 23–48.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi