



Peran *Relationship Officer* Konsumer dalam Edukasi dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digi Bank BJB Cabang Subang

Dewi Untari¹, Andriana Septia¹, Agnia Nurul Huda³

^{1,2,3} Universitas Mandiri, Subang, Jawa Barat, Indonesia

Correspondence Email : dew11untari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB kepada Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Program ASN NGADIGI di Bank BJB Cabang Subang, serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat pemahaman ASN yang masih beragam terhadap aplikasi DIGI Bank BJB, khususnya pada proses registrasi, aktivasi, penggunaan fitur transaksi, dan keamanan transaksi digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif dan dokumentasi selama kegiatan open booth Program ASN NGADIGI yang melibatkan 80 ASN dari 13 instansi di Kabupaten Subang. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, dalam edukasi, *Relationship Officer* Konsumer berperan sebagai komunikator yang berinteraksi langsung dengan ASN dan edukator yang menjelaskan manfaat, fitur, tata cara penggunaan, serta keamanan transaksi digital. Kedua, dalam pendampingan, *Relationship Officer* Konsumer berperan sebagai fasilitator dan pemberi solusi yang membimbing ASN secara langsung mulai dari registrasi, aktivasi, hingga simulasi transaksi. Ketiga, kendala utama yang dihadapi adalah perbedaan tingkat pemahaman ASN terhadap layanan digital serta banyaknya tahapan dalam proses aktivasi, sehingga menuntut penyesuaian intensitas pendampingan. Edukasi dan pendampingan yang dilakukan *Relationship Officer* Konsumer saling melengkapi dalam mendukung keberhasilan transformasi digital perbankan di kalangan ASN.

Kata Kunci: *Relationship Officer* Konsumer, Edukasi, Pendampingan.

ABSTRACT

This study aims to determine the role of the Relationship Officer Consumer in educating and assisting civil servants (ASN) in using the DIGI Bank BJB application under the ASN NGADIGI Program at Bank BJB Subang Branch, as well as the obstacles encountered during its implementation. This study was motivated by the varying levels of understanding among ASN regarding the DIGI Bank BJB application, particularly in the processes of registration, activation, transaction feature usage, and digital transaction security. This study used a descriptive qualitative method with data collection techniques consisting of participatory observation and documentation during the open booth activities of the ASN NGADIGI Program involving 80 ASN from 13 agencies in Subang Regency. The results show three main findings. First, in education, the Relationship Officer Consumer acted as a communicator who interacted directly with ASN and as an educator who explained the benefits, features, usage procedures, and security of digital

transactions. Second, in assistance, the Relationship Officer Consumer acted as a facilitator and problem solver who guided ASN directly through registration, activation, and transaction simulation. Third, the main obstacle encountered was the varying levels of ASN understanding of digital services and the numerous stages in the activation process, which required adjustments in the intensity of assistance. This study concludes that the education and assistance provided by the Relationship Officer Consumer complement each other in supporting the success of digital banking transformation among ASN.

Keywords: Relationship Officer Consumer, Education, Assistance.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong transformasi layanan perbankan dari sistem konvensional menuju layanan digital. Perubahan tersebut memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengakses layanan keuangan melalui perangkat digital. Reihandho & Fajarwati (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan perbankan digital berkaitan dengan persepsi manfaat, kemudahan, risiko, kepercayaan, dan sikap pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan layanan digital tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan pengguna dalam memahami dan memanfaatkannya secara tepat. Transformasi ini tercermin dari data nasional: tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5 persen atau 221,5 juta pengguna pada tahun 2024 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024), nilai transaksi digital banking tumbuh 34,43 persen secara tahunan pada triwulan III 2024 (Bank Indonesia, 2024), sementara indeks literasi keuangan nasional mencapai 65,43 persen dan indeks inklusi keuangan 75,02 persen pada tahun 2024 (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh sumber daya manusia yang berinteraksi langsung dengan nasabah. (Halim & Latifah 2025) menunjukkan bahwa petugas layanan perbankan pada era digital tidak hanya memberikan informasi dan bantuan transaksi, tetapi juga melakukan edukasi layanan digital, menangani keluhan, serta membangun komunikasi dengan nasabah. Selain itu, Cahyono, Fahrudin, Alwiyah, & Sinclair (2024) menekankan bahwa edukasi pengguna diperlukan untuk meningkatkan kesadaran terhadap keamanan mobile banking. Dengan demikian, edukasi dan pendampingan menjadi bagian penting dalam membantu pengguna memahami manfaat, fitur, prosedur, dan keamanan layanan digital.

Bank BJB sebagai bank pembangunan daerah turut mendorong transformasi ini melalui aplikasi DIGI Bank BJB, yang menyediakan layanan transfer dana, pembayaran tagihan, top up dompet elektronik, pembayaran T-Samsat, hingga pembukaan produk tabungan dalam satu platform. Pada tahun 2026, Bank BJB menyelenggarakan Booster New DIGI ASN NGADIGI Kabupaten Subang, yaitu program yang dirancang untuk meningkatkan partisipasi Aparatur Sipil Negara (ASN) dalam melakukan transaksi digital melalui aplikasi DIGI Bank BJB, dilaksanakan pada 1 April hingga 1 Juli 2026 dengan memberikan insentif berupa tebus murah sembako bagi ASN yang melakukan aktivasi DIGI serta bertransaksi menggunakan DIGI pada QRIS Bank BJB (Bank BJB Cabang Subang, 2026). Pelaksanaan program ini berkaitan dengan penyelenggaraan layanan digital perbankan yang diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor

21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Pelaksanaan edukasi dan pendampingan pada program ini dilakukan oleh *Relationship Officer* Konsumer, yaitu petugas bank yang bertugas membangun hubungan dengan nasabah, memberikan edukasi, memfasilitasi transaksi, serta membantu penyelesaian kendala penggunaan layanan digital. Data Program ASN NGADIGI Bank BJB Cabang Subang tahun 2026 mencatat 80 ASN dari 13 instansi di Kabupaten Subang telah menerima edukasi dan pendampingan melalui kegiatan open booth yang dilaksanakan pada 1 April, 2 April, dan 7 April 2026 di Booth BJB Pemda Subang dan Booth Dinas Kesehatan (DINKES) Kabupaten Subang.

Kajian terdahulu mengenai layanan digital banking telah banyak membahas faktor yang memengaruhi penggunaan layanan digital (Reihandho & Fajarwati, 2023) maupun peran petugas layanan bank dalam memberikan informasi, edukasi, bantuan transaksi, dan penyelesaian keluhan pada era digital (Halim & Latifah, 2025). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi digital banking pada program berbasis instansi pemerintah seperti Program ASN NGADIGI masih terbatas, sehingga terdapat research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Berdasarkan keterlibatan langsung peneliti selama pelaksanaan kegiatan open booth, terlihat adanya perbedaan tingkat pemahaman ASN dalam menggunakan layanan digital, sehingga transformasi digital perbankan tidak hanya membutuhkan ketersediaan aplikasi, tetapi juga edukasi dan pendampingan dari petugas bank kepada nasabah. (Untari et al., 2026) menempatkan pelatihan, motivasi, dan self-efficacy sebagai aspek penting yang berkaitan dengan kinerja melalui employee engagement. Perspektif tersebut relevan untuk memahami peran *Relationship Officer* Konsumer dalam memberikan edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi Digi Bank BJB. *Relationship Officer* tidak hanya dituntut memiliki kemampuan dalam menjelaskan produk perbankan, tetapi juga membutuhkan kompetensi komunikasi, kemampuan memberikan bimbingan, serta keyakinan diri dalam membantu nasabah menggunakan layanan digital. Kualitas edukasi dan pendampingan yang diberikan oleh *Relationship Officer* dapat dipandang sebagai bagian dari kualitas kompetensi SDM dalam mendukung keberhasilan transformasi layanan perbankan digital.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB kepada ASN pada Program ASN NGADIGI di Bank BJB Cabang Subang; (2) bagaimana peran *Relationship Officer* Konsumer dalam pendampingan penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB kepada ASN; dan (3) apa saja kendala yang dihadapi *Relationship Officer* Konsumer dalam melaksanakan edukasi dan pendampingan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB kepada ASN, serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi Bank BJB dalam meningkatkan efektivitas program edukasi digital banking sejenis di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk memahami kondisi objek penelitian secara alamiah

dengan peneliti sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2020). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menguraikan proses komunikasi, edukasi, pendampingan, fasilitasi, dan penyelesaian kendala berdasarkan pengamatan langsung peneliti selama Program ASN NGADIGI berlangsung. Penelitian dilaksanakan di Bank BJB Cabang Subang, khususnya pada pelaksanaan Program ASN NGADIGI melalui kegiatan open booth di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Subang dan Dinas Kesehatan Kabupaten Subang pada April 2026, bersamaan dengan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan peneliti pada bagian Relationship Officer Konsumer periode 18 Februari sampai 18 Mei 2026. Subjek penelitian adalah pelaksanaan peran tiga orang Relationship Officer Konsumer pada unit Manager Konsumer & Ritel 2 Bank BJB Cabang Subang, sedangkan ASN merupakan pihak yang menerima edukasi dan pendampingan. Data pendukung mencatat 80 ASN dari 13 instansi yang mengikuti kegiatan open booth.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara. Pertama, observasi partisipatif, yaitu peneliti tidak hanya mengamati tetapi turut terlibat membantu Relationship Officer Konsumer dalam edukasi dan pendampingan ASN. Kedua, dokumentasi berupa foto kegiatan, poster atau media program, data peserta, dan data aktivitas penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB. Ketiga, data Program ASN NGADIGI berupa rekapitulasi 80 ASN pada kegiatan open booth tanggal 1 April, 2 April, dan 7 April 2026. Instrumen penelitian berupa pedoman observasi dan pedoman dokumentasi yang disusun berdasarkan definisi operasional penelitian, meliputi aspek komunikasi, edukasi, pendampingan, penanganan kendala, dan sarana pendukung.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020), yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang berkaitan dengan peran Relationship Officer Konsumer, edukasi, pendampingan, dan kendala. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel berdasarkan indikator komunikator, edukator, fasilitator, dan pemberi solusi. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi partisipatif dengan dokumentasi dan data program, serta triangulasi waktu dengan membandingkan pengamatan pada tiga kegiatan open booth yang berbeda tanggal pelaksanaannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program ASN NGADIGI

Program ASN NGADIGI dilaksanakan melalui tiga kegiatan open booth, yaitu pada 1 April 2026 di Booth BJB Pemda Subang dengan 28 ASN, 2 April 2026 di Booth BJB Pemda Subang dengan 16 ASN, dan 7 April 2026 di Booth DINKES Subang dengan 36 ASN, sehingga total peserta yang tercatat adalah 80 ASN sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Peserta Program ASN NGADIGI

No	Tanggal	Lokasi	Jumlah ASN	Persentase
1	1 April 2026	Booth BJB Pemda Subang	28	35,0%
2	2 April 2026	Booth BJB Pemda Subang	16	20,0%
3	7 April 2026	Booth DINKES Subang	36	45,0%
	Jumlah		80	100%

Sumber: Data Program ASN NGADIGI Bank BJB Cabang Subang, 2026.

Kegiatan pada 7 April 2026 memiliki jumlah peserta terbesar, yaitu 36 ASN atau 45 persen dari seluruh peserta, diikuti kegiatan pada 1 April 2026 sebanyak 28 ASN (35%) dan kegiatan pada 2 April 2026 sebanyak 16 ASN (20%). Data ini menunjukkan bahwa kegiatan open booth menjangkau ASN pada lebih dari satu waktu dan lokasi pelaksanaan, sehingga memperluas cakupan edukasi dan pendampingan Program ASN NGADIGI.

Aktivitas ASN pada aplikasi DIGI Bank BJB selama Program ASN NGADIGI mencakup beberapa fitur utama, yaitu Tandamata My Goals (fitur tabungan berencana), transfer dana, top up dompet elektronik (DANA, OVO, ShopeePay, Gopay), T-Samsat (pembayaran pajak kendaraan), dan aktivasi DIGI sebagai syarat awal penggunaan aplikasi. Rekapitulasi aktivitas tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Aktivitas Program ASN NGADIGI pada Aplikasi DIGI Bank BJB

No	Jenis Aktivitas	Frekuensi
1	Tandamata My Goals	31
2	Transfer	15
3	Top Up DANA	11
4	Aktivasi DIGI	10
5	T-Samsat	7
6	Top Up OVO	5
7	Top Up ShopeePay	5
8	Top Up Gopay	4

Sumber: Data Program ASN NGADIGI Bank BJB Cabang Subang, 2026. Catatan: satu peserta dapat melakukan lebih dari satu aktivitas sehingga total frekuensi tidak sama dengan jumlah individu peserta.

Tandamata My Goals merupakan aktivitas dengan frekuensi tertinggi (31 aktivitas), disusul transfer (15 aktivitas) dan top up DANA (11 aktivitas), sedangkan aktivasi DIGI tercatat 10 aktivitas. Data ini menunjukkan bahwa kegiatan open booth mendorong peserta untuk tidak berhenti pada tahap pengenalan aplikasi, tetapi juga mencoba berbagai layanan digital yang tersedia.

Peran Relationship Officer Konsumer dalam Edukasi Penggunaan Aplikasi DIGI Bank BJB

Hasil observasi menunjukkan bahwa Relationship Officer Konsumer menjalankan peran sebagai komunikator ketika berinteraksi langsung dengan ASN pada kegiatan open booth. Komunikasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pengguna dan menjelaskan tujuan kegiatan sebelum masuk pada proses edukasi maupun pendampingan. Perbedaan pemahaman ASN membuat komunikasi tidak cukup dilakukan melalui penyampaian informasi secara umum; ASN yang telah terbiasa menggunakan layanan digital dapat mengikuti penjelasan dengan lebih cepat, sedangkan ASN yang masih membutuhkan bantuan memerlukan penjelasan ulang dan arahan yang lebih sederhana.

Selain sebagai komunikator, Relationship Officer Konsumer berperan sebagai edukator dengan memberikan penjelasan mengenai manfaat layanan digital, fitur yang dapat digunakan, tata cara penggunaan aplikasi, dan keamanan transaksi digital. Edukasi tidak hanya diberikan melalui penjelasan lisan, tetapi disertai arahan penggunaan aplikasi secara langsung ketika ASN membutuhkan bantuan, sehingga

ASN tidak hanya menerima informasi tetapi dapat langsung mencoba fitur yang dijelaskan. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Halim & Latifah (2025) yang menunjukkan bahwa petugas layanan perbankan pada era digital menjalankan fungsi informasi, edukasi layanan digital, bantuan transaksi, penanganan keluhan, dan komunikasi dengan nasabah. Temuan juga sejalan dengan Reihandho & Fajarwati (2023) yang menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan, risiko, kepercayaan, dan sikap berkaitan dengan niat penggunaan perbankan digital, sehingga edukasi yang diberikan Relationship Officer Konsumer berfungsi membantu ASN memahami manfaat dan cara penggunaan aplikasi serta mengurangi ketidakpahaman terhadap layanan digital.

Peran Relationship Officer Konsumer dalam Pendampingan Penggunaan Aplikasi DIGI Bank BJB

Relationship Officer Konsumer juga berperan sebagai fasilitator dan pemberi solusi. Sebagai fasilitator, pendampingan diberikan melalui arahan langkah demi langkah ketika ASN melakukan registrasi dan aktivasi akun DIGI Bank BJB, sehingga proses dapat diikuti secara lebih terstruktur. Data program mencatat 10 aktivitas yang berkaitan dengan aktivasi DIGI selama kegiatan open booth berlangsung.

Setelah aplikasi dapat digunakan, pendampingan diarahkan pada praktik fitur transaksi, seperti transfer, Tandamata My Goals, top up dompet elektronik, dan T-Samsat. Sebagai pemberi solusi, Relationship Officer Konsumer membantu mengidentifikasi bagian penggunaan aplikasi yang belum dipahami ASN dan memberikan troubleshooting berupa penjelasan ulang langkah yang belum dipahami, sehingga proses dapat dilanjutkan. Temuan ini sejalan dengan Lestari & Putri (2024) yang menunjukkan bahwa pendampingan layanan perbankan digital mencakup edukasi langsung mengenai penggunaan aplikasi, manfaat layanan, serta penyelesaian masalah teknis. Junaidi, Firmansyah, Hammzah, & Hidayat (2025) juga menunjukkan bahwa pendampingan melalui demonstrasi penggunaan aplikasi dan diskusi mengenai fitur serta keamanan dapat meningkatkan pemahaman teknis pengguna layanan digital. Data 80 ASN dengan variasi aktivitas pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan aktivasi, tetapi juga mendorong penggunaan beberapa fitur, sehingga edukasi dan pendampingan memiliki hubungan yang saling melengkapi: edukasi memberikan pemahaman, sedangkan pendampingan membantu ASN menerapkan pemahaman tersebut.

Kendala dalam Edukasi dan Pendampingan

Kendala utama yang ditemukan adalah perbedaan tingkat pemahaman ASN terhadap penggunaan layanan digital. ASN yang telah terbiasa menggunakan layanan digital dapat mengikuti proses dengan lebih cepat, sedangkan ASN yang belum terbiasa membutuhkan penjelasan dan pendampingan yang lebih intensif. Kendala berikutnya berkaitan dengan banyaknya tahapan yang harus dilalui ASN dalam proses aktivasi maupun penggunaan fitur tertentu, sehingga Relationship Officer Konsumer perlu memberikan arahan secara bertahap dan mendampingi ASN hingga proses tersebut dipahami. Temuan ini memiliki keterkaitan dengan Reihandho & Fajarwati (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, risiko, kepercayaan, dan sikap berkaitan dengan niat menggunakan perbankan digital, serta Cahyono, Fahrudin, Alwiyah, & Sinclair (2024) yang menekankan pentingnya edukasi keamanan dalam penggunaan mobile banking. Ketika pengguna belum memahami manfaat, cara

penggunaan, atau keamanan layanan, petugas bank memiliki peran penting untuk memberikan penjelasan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga kendala pengguna menjadi bagian penting dalam proses pelayanan digital yang perlu ditangani melalui edukasi dan pendampingan yang tepat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa perbedaan tingkat pemahaman ASN berhubungan dengan kebutuhan edukasi dan pendampingan yang kemudian dijalankan melalui empat aspek peran *Relationship Officer* Konsumer, yaitu komunikator, edukator, fasilitator, dan pemberi solusi. Edukasi memberikan informasi dan pemahaman, sedangkan pendampingan membantu ASN menerapkan informasi tersebut dalam penggunaan aplikasi, sehingga kedua proses ini menjadi bentuk nyata pelaksanaan peran *Relationship Officer* Konsumer dalam mendukung pemanfaatan layanan digital Bank BJB.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi DIGI Bank BJB kepada ASN pada Program ASN NGADIGI di Bank BJB Cabang Subang, dapat disimpulkan bahwa peran *Relationship Officer* Konsumer dalam edukasi dijalankan melalui fungsi komunikator dan edukator, yaitu melakukan interaksi langsung dengan ASN serta memberikan penjelasan mengenai manfaat, fitur, tata cara penggunaan, dan keamanan transaksi digital sehingga pemahaman ASN terhadap aplikasi menjadi lebih baik. Peran *Relationship Officer* Konsumer dalam pendampingan dijalankan melalui fungsi fasilitator dan pemberi solusi, berupa bimbingan langsung mulai dari registrasi, aktivasi, hingga simulasi transaksi seperti transfer, Tandamata My Goals, top up dompet elektronik, dan T-Samsat, sehingga ASN tidak hanya memahami fungsi fitur secara teori tetapi juga memperoleh pengalaman nyata dalam menggunakannya. Kendala yang dihadapi *Relationship Officer* Konsumer terutama berkaitan dengan perbedaan tingkat pemahaman ASN terhadap layanan digital serta banyaknya tahapan dalam proses aktivasi dan penggunaan fitur tertentu, sehingga menuntut penyesuaian intensitas dan cara pendampingan sesuai kebutuhan masing-masing ASN.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar Bank BJB Cabang Subang terus mengoptimalkan pelaksanaan kegiatan open booth sebagai sarana edukasi dan pendampingan langsung, mengingat efektivitasnya dalam membantu ASN memahami dan mengaktifkan aplikasi DIGI Bank BJB. Bagi *Relationship Officer* Konsumer, disarankan untuk menyiapkan pendekatan edukasi yang lebih terstruktur dan berjenjang, khususnya bagi ASN yang belum terbiasa menggunakan layanan digital, agar proses edukasi dan pendampingan dapat berlangsung lebih efisien.

Bagi ASN peserta Program ASN NGADIGI, disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan fitur-fitur yang telah diperkenalkan, tidak hanya pada tahap aktivasi, agar manfaat aplikasi DIGI Bank BJB dapat dirasakan secara optimal dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan cakupan objek yang lebih luas atau dengan pendekatan kuantitatif, misalnya untuk mengukur tingkat kepuasan atau efektivitas edukasi dan pendampingan secara terukur.

REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Bank BJB Cabang Subang. (2026). *Booster New DIGI ASN NGADIGI Kabupaten Subang*.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan kelembagaan Bank Indonesia triwulan III 2024*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/LKBI-Tw.III-2024.pdf>.
- Cahyono, D., Fahrudin, R., Alwiyah, & Sinclair, A. (2024). Pentingnya edukasi dalam mengatasi keamanan data mobile banking di Indonesia. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1>.
- Evalin, Z. Z., Iswandi, & Noorman, M. (2021). Analisis peran kinerja customer service dan teller terhadap kepuasan nasabah bank (Survey pada nasabah Bank BJB Kantor Cabang Leuwiliang Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 401–416. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.767>.
- Femilia, D. E., & Wikartika, I. (2025). Peningkatan literasi keuangan digital melalui pendampingan pembukaan rekening online Bank XXX. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(1), 255–264. <https://doi.org/10.26874/jakw.v6i1.725>.
- Halim, D. A., & Latifah, F. N. (2025). Peran customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah perbankan syariah di era digitalisasi di BSI Sepanjang Wonocolo. *Jurnal Iqtisaduna*, 11(1), 303–312. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v11i1.58462>.
- Junaidi, A., Firmansyah, S. B. A., Hammzah, M., & Hidayat, I. (2025). Pendampingan pemanfaatan JConnect Mobile dan Jatim Code untuk meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1405–1411. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.632>.
- Lestari, N. K. A. S., & Putri, P. I. D. (2024). Pendampingan penggunaan layanan perbankan digital pada nasabah Bank BPD Bali Capem Puspem Badung. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPMAS)*, 5(2), 176–183.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum*. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Layanan-Digital-oleh-Bank-Umum.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx).
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan digital di Indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70–80.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif* (Ed. ke-3). Alfabeta.
- Untari, D., Fajariana, D. E., Selvi, E., Huda, A. N., & Supardi, S. (2026). *The influence of motivation, training, and self-efficacy on employee performance through employee engagement: Library research*. *Annals of Human Resource Management Research*, 6(1), 473–488. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v6i1.3626>.