

ABSTRAK

Pandemi covid-19 menuntut layanan teknologi perbankan menjadi sebuah kebutuhan dan semakin meningkat. Hal ini ditangkap sebagai peluang yang sangat baik bagi PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Wilayah Jakarta Senayan yang melakukan tindakan secara strategis yaitu pada tanggal 23 Agustus 2021 melakukan *launching* produk baru berbasis digital yaitu BNIFX. Permasalahannya hingga tahun 2022, dari 4.081 nasabah kelompok *wholesale* yang merupakan segmen utama hanya 3 (tiga) nasabah yang sudah bertransaksi melalui BNIFX (0,0007%). Berdasarkan hal ini, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menginvestigasi faktor yang mendorong nasabah melakukan transaksi pada BNIFX dan nilai tambah apa yang sudah diperoleh; faktor yang menyebabkan nasabah belum melakukan transaksi pada produk BNIFX dan produk yang lebih diminati; serta menginvestigasi strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen kemungkinan risiko terjadi penolakan BNIFX.

Jenis penelitian menggunakan desain kualitatif, sumber data utama diperoleh wawancara terbuka. Informan ditetapkan dari nasabah kelompok *wholesale* masing-masing 3 (tiga) nasabah yang sudah dan belum melakukan transaksi dengan BNIFX, kemudian 1 (satu) informan dari pihak manajemen divisi *treasury*. Teknik analisis dengan deskriptif kualitatif pendekatan interpretif.

Hasil penelitian ini diperoleh konsep bahwa : (1). Bagi yang telah menggunakan BNIFX dikarenakan data menjadi sangat *riil time*, waktu lebih efisien dan efektif, *cut off*, *pricing*, dan kepercayaan. Terkait ini, belum ada nilai tambah yang cukup berarti. (2). Penyebab utama bagi yang belum menggunakan BNIFX dikarenakan takut beradaptasi dengan sistem baru, sehingga produk yang lebih diminati adalah BNI *direct*. (3). Strategi utama yang dilakukan yaitu mengoptimalkan jaringan kantor cabang yang sangat luas (baik di dalam maupun di luar negeri), meningkatkan *knowledge* bagi nasabah potensial, melakukan peningkatan teknik promosi.

Kata kunci : BNIFX, *wholesale*, faktor pendorong, faktor pendorong, strategi pemasaran.