

ANALISIS MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI MOBILE BANKING MUAMALAT *DIGITAL ISLAMIC NETWORK* (DIN)

(Studi pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kota Malang)

Muna Syfa'un Nisrina, Dadang Krisdianto, Kurniawan Muhammad

*Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang
Jalan MT Haryono 193 Malang, 6514, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang, Jalan MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: 22201092004@unisma.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini membahas tentang bagaimana minat nasabah dalam mengoperasikan sebuah aplikasi *mobile banking* Muamalat *Digital Islamic Network* (DIN). Penelitian dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital, namun masih ditemukan kendala dalam pengalaman pengguna (*user experience*), terkait kemudahan penggunaan pada aplikasi dimana mekanisme pengisian TIN yang dianggap menyulitkan oleh sebagian nasabah.

Penelitian yang digunakan disini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dan pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Analisis pada penelitian ini dilakukan menggunakan 4 Indikator minat yaitu minat transaksional, minat refensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Dan juga pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menitikberatkan pada dua persepsi, yaitu persepsi kemudahan dari penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi dari manfaat (*Perceived Usefulness*) dalam membentuk minat penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan Muamalat DIN masih belum kuat, karena hasil penelitian terhadap nasabah tidak memenuhi dari 4 indikator minat. Pada aspek transaksional, yang terlihat dari penggunaan rutin fitur dasar seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran. Namun, minat referensial, preferensial, dan eksploratif masih belum optimal. Selain itu, mayoritas pengguna belum banyak mengeksplorasi fitur unggulan seperti fitur islami, pendaftaran haji, dan layanan tambahan lainnya.

Faktor yang paling memengaruhi minat penggunaan adalah manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) informan mengatakan bawa lebih praktis dan efisien, tampilan mudah serta membantu, sedangkan faktor kemudahan penggunaan masih menghadapi hambatan pada aspek teknis aplikasi dimana hal ini berbanding terbalik dengan konsep

perceived of use dimana sebuah aplikasi dikatakan mudah digunakan apabila tidak ada kendala dalam penggunaannya.

Penelitian ini merekomendasikan agar Bank Muamalat meningkatkan edukasi penggunaan aplikasi, penyederhanaan mekanisme TIN, sosialisasi fitur unggulan, dan penguatan pengalaman oleh pengguna agar minat penggunaan Muamalat DIN dapat meningkat secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Mobile Banking, Minat Nasabah, Muamalat DIN

ABSTRACT

This study examines customer interest in using the application Muamalat Digital Islamic Network (DIN) mobile banking. The research was motivated by the increasing use of digital banking services, but still encountered challenges in the user experience, particularly related to the application's ease of use, such as the TIN entry mechanism, which some customers considered quite difficult.

This study employs a descriptive qualitative approach, with data collection techniques comprising interviews and documentation. The analysis utilizes an interest-based approach involving four indicators: transactional interest, referential interest, preferential interest, and explorative interest. The Technology Acceptance Model (TAM) approach also utilized, which emphasizes two main factors: perceived ease of use (Perceived Ease of Use) and perceived usefulness (Perceived Usefulness), in shaping interest in technology use.

The results indicate that customer interest in using Muamalat DIN remains weak, as the survey results do not meet all four interest indicators. Transactional interest is evident in the routine use of basic features such as transfers, balance inquiries, and payments. However, referential, preferential, and exploratory interest remain suboptimal. Furthermore, the majority of users have not yet explored the superior features, such as Islamic features, Hajj registration, and other additional services.

The most influential factor influencing user interest is perceived usefulness. Informants stated that it is more practical and efficient, with a user-friendly and helpful interface. While ease of use still faces challenges in the technical aspects of the application, this contrasts with the concept of perceived use, where an application is considered easy to use if there are no obstacles.

This study recommends that Bank Muamalat improve application education, simplify the TIN mechanism, disseminate superior features, and enhance the user experience to sustainably increase interest in Muamalat DIN.

Keywords: Mobile Banking, Customer Interest, Muamalat DIN

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini bertransformasi dari layanan perbankan menuju *digital banking* melalui pemanfaatan aplikasi *mobile banking*. Bank Indonesia memproyeksikan nilai transaksi *digital banking* mencapai Rp71.584 triliun pada tahun 2024 dan terus meningkat menjadi Rp85.044 triliun pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimana masyarakat akan semakin membutuhkan pelayanan perbankan *digital* untuk memenuhi keperluan keuangannya. Transformasi *digital* ini juga mendorong industri perbankan syariah agar terus menerus meningkatkan kualitas layanan yang berbasis teknologi agar tetap kompetitif di tengah perkembangan perilaku konsumen *digital* (Pradana, 2020). Selain itu, pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 telah memberikan landasan hukum untuk pelaku kegiatan perbankan yang memiliki dasar prinsip syariah.

Menjadi bank syariah pertama yang ada di Indonesia, Bank Muamalat telah menghadirkan sebuah aplikasi *mobile banking Muamalat Digital Islamic Network* (DIN) sebagai bentuk adaptasi terhadap transformasi *digital*. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan finansial, nonfinansial, serta fitur islami yang dirancang untuk mempermudah aktivitas perbankan nasabah. Hingga November 2024, Muamalat DIN telah memiliki lebih dari 571.000 pengguna aktif dengan volume transaksi yang terus mengalami peningkatan. Namun, hasil observasi awal menunjukkan masih terdapat kendala pada pengalaman pengguna, khususnya mekanisme *Transaction Identification Number* (TIN) dengan

sistem *keypad* acak yang dinilai menyulitkan sebagian nasabah ketika melakukan transaksi. Kondisi tersebut bisa menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya tingkat adopsi aplikasi dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna.

Konsep yang dikembangkan oleh Davis (1989), yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mengatakan bahwa penerimaan suatu teknologi bisa dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. Persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor yang penting bagaimana membentuk minat perilaku (*behavioral intention*) seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Oleh karena itu, hambatan teknis pada aplikasi berpotensi memengaruhi perubahan persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi *mobile banking* serta memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking* secara berkelanjutan (Davis, 1989).

Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada efektivitas penerapan aplikasi (Hasanah, 2022), strategi peningkatan minat nasabah (Maryam, 2023), faktor pengetahuan nasabah (Faturrozhah, 2021), maupun penggunaan *mobile banking* pada masa pandemi (Sari, 2021). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengalaman pengguna (*user experience*) serta hambatan teknis penggunaan aplikasi Muamalat DIN masih terbatas. Oleh karena itu, pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Muamalat *Digital Islamic Network* (DIN) serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil dari

penelitian diharapkan dapat menjadi masukan untuk Bank Muamalat dalam meningkatkan kualitas layanan digitalnya dan pengalaman pengguna sehingga minat penggunaan aplikasi dapat meningkat secara berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Konsep TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan penerimaan oleh pengguna terhadap suatu teknologi. Konsep ini menjelaskan minat penggunaan teknologi dapat dilihat dengan dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). Jika suatu sistem semakin mudah dan bermanfaat yang dirasakan suatu sistem semakin besar, maka semakin tinggi pula tingkat minat pengguna untuk memanfaatkan teknologi tersebut (Davis, 1989). Dalam konteks mobile banking, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi nasabah terhadap kemudahan dan manfaat aplikasi Muamalat DIN memengaruhi minat penggunaannya.

Minat Nasabah

Kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau menggunakan suatu produk maupun suatu layanan disebut minat (Aisyah, 2023). Dalam konteks teknologi, Davis (1989) menjelaskan bahwa behavioral intention merupakan prediktor utama penggunaan aktual suatu sistem. Penelitian ini menggunakan indikator minat menurut Ferdinand (2002) dalam Ainil dan Hamdi (2020), yaitu ada minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Empat indikator yang dijelaskan tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana kecenderungan para nasabah

dalam menggunakan, merekomendasikan, memilih, dan juga bagaimana mencari informasi mengenai layanan dari aplikasi *mobile banking* Muamalat DIN.

Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)

Muamalat (DIN) yang memiliki kepanjangan *Digital Islamic Network* adalah aplikasi *mobile banking* milik PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. yang dikembangkan sebagai kontribusi dari transformasi digital perbankan syariah. Aplikasi ini menyediakan layanan transaksi finansial, layanan nonfinansial, serta berbagai fitur syariah seperti jadwal salat, arah kiblat, zakat, dan *daily hadith*. Salah satu karakteristik aplikasi ini adalah penggunaan *Transaction Identification Number* (TIN) sebagai sistem otorisasi transaksi. Mekanisme *keypad* acak (*random keypad*) pada saat memasukkan TIN dirancang untuk meningkatkan keamanan, namun pada sisi lain hal ini dapat memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan oleh pengguna sehingga berpotensi memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini memakai metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai minat nasabah. Penelitian dilaksanakan di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang. Informan penelitian dipilih menggunakan beberapa kriteria, yaitu nasabah pengguna Muamalat DIN yang memiliki latar belakang pekerjaan, usia, dan lama penggunaan aplikasi yang berbeda, serta satu informan dari pihak internal Bank

Muamalat untuk memperoleh informasi mengenai implementasi aplikasi.

Data untuk penelitian terdiri dari data primer dan juga data sekunder. Data primer ini didapatkan dari hasil wawancara terstruktur dengan informan yang sudah ditentukan, sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumen, panduan penggunaan aplikasi, literatur ilmiah, dan dokumentasi yang berkaitan dengan Muamalat DIN. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data yang digunakan yaitu Miles, Huberman, dan Saldaña dengan tahapan kondensasi data, lalu penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data penelitian, penelitian disini menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan hasil informasi yang diperoleh dari nasabah dan pihak internal Bank Muamalat sehingga hasil dari penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan tiga orang nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Malang yang dipilih berdasarkan perbedaan usia, pekerjaan, dan lama penggunaan pada aplikasi Muamalat *Digital Islamic Network* (DIN). Selain itu, penelitian juga melibatkan satu informan dari pihak internal Bank Muamalat untuk memperoleh informasi mengenai implementasi aplikasi dan mekanisme layanan digital.

1. Eska Putri Aziba (22 th, Mahasiwa)
2. Tri Wahyuni (47 th, Ibu rumah tangga)
3. Eva Rosidina Dewi (9 th, Pengajar)

4. Shera Veronica (28 th, Customer Service Bank Muamalat KC Malang)

Variasi karakteristik informan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengalaman penggunaan aplikasi Muamalat DIN.

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini menunjukkan dimana minat nasabah yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi Muamalat DIN tergolong cukup baik, namun belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan indikator minat Ferdinand (2002), minat transaksional merupakan dimensi yang paling menonjol karena seluruh informan memanfaatkan aplikasi untuk melakukan transaksi perbankan seperti kegiatan transfer, pembayaran, dan pengecekan saldo. Sebaliknya, minat referensial masih terbatas karena sebagian besar informan belum secara aktif merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. Minat preferensial juga belum kuat karena beberapa nasabah masih menggunakan aplikasi mobile banking dari bank lain sebagai alternatif. Sementara itu, minat eksploratif merupakan dimensi yang paling rendah karena sebagian besar informan hanya memanfaatkan fitur utama dan belum mengeksplorasi fitur-fitur islami maupun layanan pendukung lainnya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa minat penggunaan Muamalat DIN masih didominasi oleh kebutuhan transaksi, sedangkan loyalitas dan ketertarikan untuk mengeksplorasi fitur aplikasi masih perlu ditingkatkan. Hasil ini sejalan dengan konsep minat perilaku (*behavioral intention*) yang dikemukakan Davis (1989), bahwa keputusan seseorang agar terus menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh pengalaman

yang diperoleh selama menggunakan sistem tersebut .

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah

Penelitian ini menemukan dimana persepsi manfaat menjadi faktor yang terkuat yang dapat mendorong minat nasabah menggunakan Muamalat DIN. Informan menilai aplikasi mampu mempermudah transaksi perbankan karena dapat digunakan pada kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor cabang Bank Muamalat. Selain itu, keberadaan fitur-fitur islami memberikan nilai tambah yang membedakan Muamalat DIN dari aplikasi mobile banking lainnya.

Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan masih menjadi kendala utama untuk para nasabah. Sebagian besar informan menyampaikan bahwa mekanisme *Transaction Identification Number* (TIN) dengan sistem random *keypad* membuat proses transaksi menjadi lebih lambat dan kurang praktis. Meskipun mekanisme tersebut meningkatkan keamanan transaksi, pengalaman pengguna yang kurang nyaman menyebabkan sebagian nasabah memilih menggunakan aplikasi lain ketika membutuhkan transaksi yang lebih cepat.

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada aplikasi Muamalat DIN ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang paling memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Semakin besar manfaat yang dirasakan para nasabah serta semakin mudah pula aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula

minat para nasabah untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, Bank Muamalat perlu meningkatkan kualitas *user experience*, khususnya pada mekanisme autentikasi transaksi, agar keamanan tetap terjaga tanpa mengurangi kemudahan penggunaan.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil pembahasan yang telah diuraikan diatas, sehingga mendapat kesimpulan bahwa minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Muamalat DIN secara keseluruhan masih belum kuat. Dibuktikan dengan hasil wawancara dengan nasabah dimana minat transaksional merupakan indikator tertinggi yang tercermin dari penggunaan aktif fitur-fitur dasar oleh seluruh informan. Pada minat referensial nasabah bersedia merekomendasikan namun terbatas dengan syarat dan pertimbangan tertentu. Selanjutnya, minat preferensial juga masih bersifat terbatas karena nasabah belum menjadikan Muamalat DIN sebagai pilihan utama. Sementara minat eksploratif masih lemah karena nasabah belum mengeksplorasi fitur-fitur unggulan, hanya menggunakan fitur dasar saja. Hal ini juga tercermin dari *customer journey* yang tergambar bahwa para informan belum mencapai tahap pemanfaatan aplikasi secara optimal.

Ditemukan juga bahwa manfaatnya yaitu praktis dan lebih efisien dalam bertransaksi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap tingkat minat nasabah dalam

menggunakan aplikasi Muamalat DIN. Sehingga *perceived usefulness* terbukti menjadi faktor pendorong terkuat penggunaan aplikasi, sementara *perceived ease of use* menghadapi tantangan pada mekanisme TIN yang dianggap kurang praktis, dimana hal ini berbanding terbalik dengan konsep *perceived ease of use* dimana suatu sistem bisa digunakan dengan mudah tanpa menimbulkan kesulitan pada penggunaannya. Selain itu, aspek usia nasabah juga mempengaruhi kemudahan dalam penggunaan yang akhirnya berpengaruh pada minat nasabah.

Saran

Bagi Bank Muamalat KC Malang sendiri, perlu menyediakan sistem yang lebih jelas dan ramah pengguna mengenai mekanisme TIN. Selain itu, sosialisasi fitur-fitur unggulan seperti pendaftaran haji online, cicilan emas, dan fitur islami perlu ditingkatkan agar nasabah terdorong untuk lebih mengeksplorasi manfaat aplikasi secara menyeluruh, sehingga minat eksploratif, preferensial, dan referensial dapat meningkat secara bersamaan.

Bagi Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat menguji hubungan atau pengaruh antara variabel yang bisa memengaruhi minat nasabah dalam penggunaan sebuah aplikasi yaitu Muamalat DIN, sehingga hasil penelitian ini dapat menambah hasil yang terukur.

DAFTAR PUSTAKA

Gunakan gaya sitasi APA Style atau sesuai dengan panduan jurnal.

Aisyah, M. (2023). Efek Perilaku dan Persepsi Milenial terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 12(2), 214–230. <https://doi.org/10.33059/jmk.v12i2.7532>

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

Mardiah, A., Anugrah, H (2020). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online*.

Sugiyono. (2013). Teknik Pengumpulan Data dan R&D. *Aplikasi Metodologi Penelitian Kesehatan*, 3(1), 127–149.

Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D PENERBIT*.

Faturrozhah, S. N. (2021). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Hasanah, A. (2022). *Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Pada BSI KCP Kuala Batee Barat Daya)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare.

Permatasari, R. A. (2018). *Minat penggunaan internet banking dan mobile banking pada mahasiswa SI Perbankan Syariah IAIN Metro* (Skripsi sarjana, Institut Agama Islam Negeri Metro).

Sari, F. H. (2021). *Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) MT Haryono KC. Semarang di tengah*

pandemi Covid-19 (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo) (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

Maryam. (2023). *Strategi peningkatan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Muamalat DIN di Kota Parepare*. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare).

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/berita/pengguna-terus-naik-muamalat-din-perbanyak-fitur-baru-1>