

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ANIMO NASABAH MENGUNAKAN LAYANAN M-DIN DALAM BERTRANSAKSI DI BANK MUAMALAT KCP. SUMENEP

Hamiyah Mahshuniyah¹, Imam Buchori²

^{1,2}Universitas Al-Amien Prenduan

Email: mahshuniyahsugiarto@gmail.com¹, bucharyshihab@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi animo nasabah dalam menggunakan layanan Muamalat Digital Internet Networking (M-DIN) di Bank Muamalat KCP Sumenep, yang menjadi penting dalam konteks perkembangan layanan perbankan digital di Indonesia. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh faktor keamanan, kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, dan fitur layanan terhadap animo nasabah dalam bertransaksi. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pengumpulan data primer dari 100 responden dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah, sedangkan kebermanfaatan dan fitur layanan memiliki pengaruh signifikan. Keempat faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 74,5%, dengan kebermanfaatan dan fitur layanan memiliki pengaruh dominan dalam meningkatkan animo nasabah. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan strategi perbankan digital, khususnya dalam merancang layanan yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta memberi wawasan bagi bank dalam mengoptimalkan penggunaan layanan digital.

Kata Kunci: Keamanan, Kemudahan, Kebermanfaatan, Fitur, Animo.

ABSTRACT

This study discusses the factors that influence customer interest in using the Muamalat Digital Internet Networking (M-DIN) service at Bank Muamalat KCP Sumenep, which is important in the context of the development of digital banking services in Indonesia. The purpose of this study is to analyze the impact of factors such as security, ease of use, benefits, and service features on customer interest in transactions. The research method used is a quantitative survey with primary data collected from 100 respondents and multiple regression analysis. The results show that the factors of security and ease of use do not significantly influence customer interest, while the benefits and service features have a significant impact. These four factors contribute 74.5%, with benefits and service features having a dominant influence in increasing customer interest. These findings contribute to the development of digital banking strategies, particularly in designing services that can enhance customer satisfaction and loyalty, as well as provide insights for the bank in optimizing the use of digital services.

Keywords: Security, Ease, Usefulness, Features, Interest.

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat dalam menjalankan operasionalnya, dengan tugas utama menghimpun dan menyalurkan dana. Dalam upaya menarik nasabah dan meningkatkan keuntungan, setiap bank dituntut untuk terus melakukan inovasi, termasuk bank syariah yang berlandaskan prinsip halal dan sistem bagi hasil. Seiring perkembangan teknologi, inovasi dalam bentuk layanan digital, khususnya mobile banking, menjadi kebutuhan penting untuk memberikan kemudahan akses dan kenyamanan dalam transaksi keuangan (Febiana, 2016).

Sebagai bagian dari transformasi digital, Bank Muamalat Indonesia meluncurkan layanan Muamalat Digital Internet Network (M-DIN) pada November 2019. Layanan ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer antar rekening syariah, hingga pengecekan saldo secara daring. Dengan dukungan sistem keamanan tinggi, M-DIN telah diunduh lebih dari 600.000 kali dan mencatatkan 571.000 pengguna aktif per November 2024. Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan layanan ini masih belum optimal. Berbagai kendala seperti gangguan teknis, kesulitan login, serta keterbatasan akses jaringan menjadi hambatan yang memengaruhi kenyamanan dan persepsi nasabah terhadap aplikasi tersebut (Bank Muamalat, 2024).

Namun, meskipun fitur M-DIN dikenal luas, tingkat pemanfaatannya masih rendah. Beberapa kendala yang dihadapi, seperti masalah teknis (kesulitan login, gangguan aplikasi), serta keterbatasan aksesibilitas layanan yang hanya dapat digunakan dengan jaringan Wi-Fi yang kuat, mengurangi kenyamanan pengguna dan memengaruhi persepsi mereka terhadap keamanan dan kebermanfaatan aplikasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN ini.

Untuk menjelaskan fenomena rendahnya penggunaan layanan ini, pendekatan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menyatakan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kebermanfaatan) merupakan faktor utama yang memengaruhi sikap dan niat pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru (Mu'asiroh & Darwanto, 2021).

Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), *Perceived Usefulness* merujuk pada sejauh mana suatu teknologi dianggap mampu meningkatkan kinerja penggunanya, sedangkan *Perceived Ease of Use* menekankan pada kemudahan dalam menggunakan teknologi

tersebut. Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan untuk memahami sejauh mana aplikasi mobile banking Muamalat DIN diterima oleh nasabah, dengan fokus pada persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaannya. Selain dua variabel utama dalam TAM, penelitian ini juga mempertimbangkan dua faktor tambahan, yaitu keamanan dan fitur layanan. Keamanan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap aplikasi, khususnya dalam melindungi data dan transaksi. Sementara itu, fitur layanan mencakup berbagai fungsi yang tidak hanya meningkatkan daya tarik aplikasi, tetapi juga memperluas manfaat yang dirasakan oleh pengguna dalam menjalankan aktivitas perbankan secara digital (Gunawan, 2014).

Keamanan dalam konteks mobile banking sangat penting karena nasabah harus merasa bahwa data dan transaksi mereka aman. Karena fungsi dari keamanan itu sendiri adalah melindungi data dan transaksi dari ancaman yang dapat merugikan demi menjaga kelangsungan operasi dan mengurangi risiko. Untuk itu, berbagai langkah perlindungan diterapkan, seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan kontrol akses, yang memastikan hanya pengguna yang sah yang dapat mengakses aplikasi dan melakukan transaksi (Bank Muamalat, 2024).

Kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi berperan penting dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk menerima dan memanfaatkannya. Ketika sebuah sistem dirancang agar mudah digunakan, pengguna cenderung lebih terbuka untuk mengadopsinya. Sebaliknya, sistem yang rumit atau sulit dipahami justru berpotensi membuat pengguna enggan untuk menggunakannya. Semakin sederhana dan intuitif suatu teknologi, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya mendorong penggunaan secara berkelanjutan. Minat seseorang terhadap teknologi juga akan meningkat apabila mereka merasa dapat mengoperasikannya dengan cepat dan tanpa usaha yang besar. Pengalaman penggunaan yang positif turut memperkuat persepsi nilai dari teknologi tersebut di mata pengguna. (Pratwi & Dahruji, 2024).

Sebuah teknologi dikatakan bermanfaat apabila mampu memfasilitasi pengguna dalam memperoleh informasi dengan cepat, efisien, dan tepat waktu, sehingga secara langsung dapat mendukung peningkatan produktivitas. Dalam konteks layanan perbankan digital, persepsi kebermanfaatan menjadi faktor krusial yang mendorong keputusan nasabah untuk beralih dari layanan perbankan tradisional ke platform digital (Febriyani, 2018). Nasabah cenderung memilih layanan yang tidak hanya praktis, tetapi juga memberikan nilai tambah yang nyata dalam aktivitas keuangan mereka.

Selain itu, persepsi kebermanfaatan ini harus didukung oleh kualitas fitur yang disediakan dalam aplikasi mobile banking. Aplikasi yang menawarkan fitur fungsional dan relevan, memiliki desain yang user-friendly, serta rutin diperbarui untuk mengikuti perkembangan kebutuhan pengguna, akan meningkatkan rasa percaya dan loyalitas nasabah. Kenyamanan yang dirasakan selama penggunaan aplikasi menjadi indikator penting yang memengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. (Aryani, 2023).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan mobile banking. Sebagian studi menemukan bahwa kenyamanan dan kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap keputusan penggunaan daripada aspek keamanan. Studi lain menyoroti pentingnya kebermanfaatan dan kelengkapan fitur dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Meskipun demikian, hasil-hasil tersebut belum memberikan gambaran yang utuh, terutama dalam konteks bank syariah di wilayah tertentu seperti KCP Sumenep. Selain itu, pendekatan terpadu yang menggabungkan empat variabel utama (keamanan, kemudahan, kebermanfaatan, dan fitur layanan) masih jarang dikaji secara spesifik dalam konteks bank syariah berbasis lokal.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah animo atau minat, yang dapat diartikan sebagai keinginan yang kuat untuk mencoba atau mengikuti sesuatu. Dalam konteks konsumen, minat biasanya muncul setelah adanya rangsangan atau pengenalan terhadap suatu produk atau layanan. Ketertarikan ini kemudian dapat berkembang menjadi keinginan untuk menggunakan, membeli, atau memiliki produk tersebut. Minat merupakan faktor psikologis yang memengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, termasuk dalam memilih suatu layanan (Goldberg & Groenewald, 2022). Minat ini sangat dinamis dan bisa berubah seiring waktu, tergantung pada perubahan kebutuhan, tren, atau kondisi pasar. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami dan memonitor animo konsumen untuk merancang penawaran yang sesuai dan menjaga loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah yang ada dengan menganalisis secara mendalam pengaruh empat faktor utama yaitu keamanan, kemudahan, kebermanfaatan, dan fitur layana terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN di Bank Muamalat KCP Sumenep.

Kontribusi ilmiah dari penelitian ini terletak pada penyajian data empiris yang kontekstual serta penekanan pada pendekatan integratif dari model TAM dalam ranah perbankan syariah. Kebaruan dari penelitian ini tercermin pada lokus kajian yang spesifik,

pendekatan variabel yang komprehensif, serta relevansinya dalam pengembangan strategi digital banking berbasis nilai-nilai syariah di tingkat lokal.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang diuji berdasarkan tinjauan pustaka. Dalam penelitian ini, hipotesis statistik digunakan karena melibatkan sampel dan analisis statistik.

1. Hipotesis 1 (H1): Keamanan (perceived security) berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN.
2. Hipotesis 2 (H2): Kemudahan penggunaan (perceived ease of use) berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN.
3. Hipotesis 3 (H3): Kebermanfaatan layanan (perceived usefulness) berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN.
4. Hipotesis 4 (H4): Fitur layanan (Service features) berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN.
5. Hipotesis 5 (H5): Keamanan, kemudahan penggunaan, kebermanfaatan dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, serta memberikan deskripsi statistik dan meramalkan hasil. Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 (Keamanan), X2 (Kemudahan), X3 (Kebermanfaatan), dan X4 (Fitur layanan) terhadap Y (Animo bertransaksi nasabah menggunakan layanan M-DIN).

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kcp Sumenep. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden, yang ditentukan dengan rumus Slovin untuk memperoleh sampel yang representatif. Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik, yaitu angket (kuesioner) untuk mendapatkan data primer terkait persepsi nasabah terhadap variabel yang diteliti, serta dokumentasi sebagai data sekunder yang mendukung penelitian. Dan teknik analisis berupa regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (Keamanan, kemudahan, kebermanfaatan, dan fitur layanan) terhadap variabel dependen (Animo bertransaksi).

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan akurasi dan konsistensi instrumen penelitian. Selain itu, dilakukan uji asumsi

klasik meliputi uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak melanggar asumsi dasar. Terakhir, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk menguji pengaruh simultan dari semua variabel independen, dan uji R^2 untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

Tabel 1

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	8.30428432
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.078
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.867
Asymp. Sig. (2-tailed)		.440

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 1, hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,440, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal, karena nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.

Tabel 2
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.253	1.250		1.002	.319
1 X1	-.048	.087	-.091	-.558	.578
X2	.089	.073	.189	1.229	.222
X3	-.019	.108	-.034	-.177	.860
X4	.025	.110	.043	.226	.822

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sementara pada tabel 2, hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glesjer menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel faktor keamanan sebesar 0,578, faktor kemudahan 0,222, faktor kebermanfaatan 0,860, dan variabel fitur layanan 0,822. Karena semua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data ini.

Tabel 3
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keamanan	.344	2.903
	Kemudahan	.223	4.492
	Kebermanfaatan	.232	4.313
	Fitur Layanan	.281	3.559

Pada uji asumsi klasik terakhir, hasil uji multikolinieritas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikolinieritas dan model regresi dapat dianggap valid untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Hasil Analisis Regresi

1) Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Tabel 4
Hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.427	2.797		.153	.879
1 X1	-.100	.206	-.042	-.487	.627
X2	.104	.265	.042	.393	.695
X3	.960	.262	.386	3.660	.000
X4	1.346	.247	.521	5.444	.000

Hasil uji parsial pada tabel 4 menunjukkan bahwa variabel keamanan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah ($\text{sig.} > 0,05$), sedangkan kebermanfaatan dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN ($\text{sig.} < 0,05$).

2) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 5

Hasil uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6939.261	4	1734.815	73.337	.000 ^b
Residual	2247.249	95	23.655		
Total	9186.510	99			

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $73.337 > F \text{ tabel } (2,31)$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi secara simultan signifikan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Nilai R²
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.745	4.864

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,745 menunjukkan bahwa 74,5% variasi animo nasabah dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas (keamanan, kemudahan, kebermanfaatan, dan fitur layanan). Sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini

Pembahasan

1. Pengaruh keamanan, kemudahan, kebermanfaatan dan fitur layanan pada penggunaan layanan M-DIN terhadap animo nasabah dalam bertransaksi secara parsial.

a. Pengaruh keamanan terhadap animo nasabah menggunakan M-DIN

Berdasarkan hasil uji t, faktor keamanan sistem informasi pada layanan MDIN tidak berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,627 ($> 0,05$) dan T_{hitung} sebesar -0,487 yang lebih kecil dari T_{tabel} 1,984 menunjukkan bahwa hipotesis alternative (H_1) yang menyatakan bahwa keamanan sistem memengaruhi animo nasabah ditolak.

Meskipun keamanan merupakan elemen penting dalam layanan digital, banyak nasabah yang sudah merasa percaya pada bank, sehingga faktor keamanan tidak terlalu mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Penemuan ini berkontribusi pada pemahaman bahwa meskipun keamanan tetap menjadi aspek penting dalam layanan digital, faktor-faktor lain yang berhubungan dengan pengalaman pengguna lebih mempengaruhi keputusan untuk bertransaksi (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Hal ini sejalan dengan penelitian Eko Romadhon Nur Prasetyo yang berjudul pengaruh persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan E-Money studi kasus masyarakat kabupaten Sukoharjo

yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di Sukoharjo.

Implementasi teknologi enkripsi berlapis dan autentikasi dua faktor oleh Bank Muamalat KCP Sumenep bertujuan untuk menjaga kerahasiaan dan integritas data nasabah. Namun, meskipun fitur keamanan ini diterapkan, nasabah cenderung tidak terlalu mempedulikannya. Mereka lebih fokus pada manfaat yang dirasakan dan kenyamanan penggunaan layanan, dan tidak terlalu sadar atau memperhatikan fitur-fitur keamanan yang ada. Faktor lain yang lebih mempengaruhi, seperti kenyamanan dan fungsionalitas, lebih dominan dalam mempengaruhi animo nasabah untuk menggunakan layanan M-DIN (Eko Romadhon Nur Prasetyo, 2019).

b. Pengaruh kemudahan terhadap animo nasabah menggunakan M-DIN

Berdasarkan hasil uji t, faktor kemudahan penggunaan pada layanan MDIN tidak berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,695 ($> 0,05$) dan $T_{hitung} 0,393 < T_{tabel} 1,984$. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_2) yang menyatakan kemudahan penggunaan memengaruhi animo nasabah ditolak.

Penemuan ini sesuai dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan adopsi teknologi. Namun, dalam beberapa kasus, kemudahan penggunaan tidak selalu mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan digital, karena faktor kebermanfaatan dianggap lebih penting (Ahmad & Pambudi, 2013).

Hal ini didukung oleh penelitian Yazid Vian Alfahri yang berjudul pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan quick response code indonesian standard dan menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS di Soloraya, dengan nilai $T_{hitung} 0,476 < T_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,635 > 0,05$.

Adanya pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa dapat mengurangi pentingnya kemudahan penggunaan. Selain itu, pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi mungkin tidak merasa kesulitan dalam mempelajari sistem baru dan lebih fokus pada manfaat layanan tersebut. Sebagian besar nasabah cenderung lebih nyaman dengan metode transaksi tradisional yang sudah mereka kenal,

menunjukkan bahwa meskipun kemudahan berperan, pengaruhnya tidak cukup signifikan untuk mengubah kebiasaan nasabah (Alfahri, 2023).

c. Pengaruh kebermanfaatan terhadap animo nasabah menggunakan M-DIN

Berdasarkan hasil uji t, faktor kebermanfaatan pada layanan M-DIN berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 3,660 > T_{tabel} 1,984$. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_3) yang menyatakan kebermanfaatan layanan memengaruhi animo nasabah diterima.

Penemuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor utama yang memotivasi seseorang untuk mengadopsi teknologi. Seseorang cenderung menggunakan suatu sistem jika dianggap memberikan manfaat langsung (Prasetya & Putra, 2020).

Selain itu, penelitian Alifatul Laily berjudul pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money pada bank bri lamongan yang mana juga mendukung temuan ini dan menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money pada Bank BRI Lamongan, dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan $T_{hitung} 2,780 > T_{tabel} 1,985$.

Meskipun kemudahan penggunaan layanan M-DIN tidak memengaruhi animo nasabah, faktor kebermanfaatan sangat memotivasi nasabah untuk terus bertransaksi. Nasabah cenderung lebih fokus pada manfaat yang dirasakan daripada kesulitan dalam penggunaan aplikasi, yang pada gilirannya meningkatkan animo mereka dalam menggunakan layanan tersebut

d. Pengaruh fitur layanan terhadap animo nasabah menggunakan M-DIN

Berdasarkan hasil uji t, faktor fitur layanan pada M-DIN memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 5,444 > T_{tabel} 1,984$, yang menunjukkan bahwa faktor fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam bertransaksi di Bank Muamalat KCP Sumenep. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_4) yang menyatakan fitur layanan memengaruhi animo nasabah diterima.

Penemuan ini konsisten dengan teori yang menyatakan bahwa fitur layanan merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman dan efisien. Fitur layanan yang inovatif dan terus diperbarui dapat

meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan kepuasan berkelanjutan. Fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti kemudahan akses informasi dan beragam layanan transaksi, sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut (Dirwan & Latief, 2020).

Penelitian ini didukung oleh temuan Mita Yuli Rahayu berjudul pengaruh literasi digital, fitur layanan dan *brand image* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Muamalat Din di Ponorogo, yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Ponorogo dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$.

Seiring berkembangnya kebutuhan akan digital banking, semakin lengkap dan inovatif fitur layanan, semakin besar pula minat nasabah untuk terus bertransaksi menggunakan aplikasi ini. Inovasi dan relevansi fitur layanan menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan nasabah, yang mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan penggunaan layanan M-DIN. Fitur-fitur seperti pendaftaran haji, pembayaran tagihan, dan layanan investasi syariah dalam M-DIN memberikan kenyamanan dan meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya memotivasi mereka untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut.

2. Pengaruh keamanan, kemudahan, kebermanfaatan dan fitur layanan terhadap animo nasabah dalam bertransaksi menggunakan Muamalat DIN secara simultan.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 73.337 dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara keamanan sistem informasi, kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, dan fitur layanan terhadap animo nasabah dalam bertransaksi di Bank Muamalat KCP Sumenep. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (H_5), yang menunjukkan bahwa keempat faktor secara simultan berpengaruh terhadap animo nasabah, dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($73.337 > 2,31$) dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Interpretasi dari temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi aspek teknis dan fungsional dalam layanan digital memiliki kontribusi penting terhadap minat pengguna. Meskipun secara parsial tidak semua variabel menunjukkan pengaruh signifikan, secara kolektif keempat faktor saling melengkapi dan membentuk kerangka pengalaman pengguna yang holistik. Keamanan, meskipun tidak terlalu dirasakan langsung oleh nasabah, tetap membentuk dasar kepercayaan terhadap sistem. Kemudahan penggunaan mendukung aksesibilitas, kebermanfaatan

memastikan relevansi layanan dengan kebutuhan nasabah, dan fitur layanan yang lengkap memperkaya interaksi nasabah dengan aplikasi. (Sri Afdiani, 2022).

Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Ahmad dan Bambang Setyo Pembudi berjudul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan, ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah Bank dalam menggunakan *Internet banking* BRI yang menyimpulkan bahwa persepsi keamanan, kemudahan, manfaat, dan fitur secara simultan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Kesamaan hasil ini menunjukkan adanya konsistensi empiris antara layanan konvensional dan syariah dalam konteks digital banking.

Temuan ini juga sejalan dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan dua variabel utama dalam memprediksi adopsi teknologi. Dalam kasus ini, kebermanfaatan dan fitur layanan terbukti lebih dominan dibandingkan kemudahan dan keamanan, yang menunjukkan bahwa nasabah lebih tertarik pada nilai guna praktis dan inovasi fitur dibandingkan teknisitas system (Pratama & Suputra, 2019).

Keamanan sistem merupakan fondasi utama dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Penerapan teknologi enkripsi serta otentikasi dua faktor memberikan perlindungan terhadap data dan transaksi, sehingga menciptakan rasa aman bagi nasabah. Kepercayaan ini menjadi faktor kunci yang mendorong frekuensi penggunaan aplikasi (Sri Afdiani, 2022). Namun, keamanan saja tidak cukup. Kemudahan penggunaan juga menjadi aspek krusial dalam menarik minat nasabah. Aplikasi yang dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan navigasi yang sederhana akan lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan pengguna, termasuk mereka yang tidak terlalu familiar dengan teknologi. Kemudahan ini mendukung pengalaman pengguna yang positif dan mendorong penggunaan yang lebih konsisten (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2017).

Selanjutnya, kebermanfaatan layanan menjadi faktor penentu dalam mempertahankan pengguna. Dalam konteks layanan M-DIN, kebermanfaatan ini tercermin dari kemampuannya dalam menyediakan akses ke layanan keuangan secara efisien dan praktis. Nasabah dapat melakukan transaksi, memantau keuangan, dan mengakses fitur lain kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan kebutuhan mereka (Wibowo et al., 2015).

Fitur-fitur layanan yang relevan dan inovatif menjadi pelengkap dari tiga aspek sebelumnya. Dengan menyediakan fitur yang dirancang berdasarkan kebutuhan nyata nasabah—seperti notifikasi transaksi real-time, pengelolaan keuangan pribadi, dan integrasi

dengan layanan lain—M-DIN mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap aplikasi (Sri Afdiani, 2022). Dengan demikian, sinergi antara keamanan, kemudahan penggunaan, kebermanfaatan layanan, dan fitur yang relevan membentuk fondasi yang kokoh dalam meningkatkan pengalaman dan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital seperti M-DIN.

Secara praktis, hasil ini memberi sinyal kepada pihak bank untuk mengedepankan pengembangan fitur dan manfaat layanan yang konkret dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Strategi digital banking yang efektif tidak hanya bergantung pada satu aspek, melainkan harus menyentuh seluruh dimensi pengalaman pengguna secara terpadu. Dengan demikian, integrasi antara keamanan sistem, kenyamanan penggunaan, kebermanfaatan fungsional, serta fitur yang terus diperbarui menjadi kunci untuk membangun loyalitas dan meningkatkan penggunaan layanan digital secara berkelanjutan.

3. Besar pengaruh keamanan, kemudahan, kebermanfaatan dan fitur layanan pada penggunaan layanan M-DIN terhadap animo nasabah

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,745, yang berarti bahwa 74,5% variasi animo nasabah dalam menggunakan layanan M-DIN dapat dijelaskan oleh variabel keamanan, kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, dan fitur layanan. Sementara itu, sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini, seperti promosi, kepercayaan terhadap merek, atau pengaruh sosial.

Secara logis, hasil ini menandakan bahwa integrasi antara keamanan sistem, kemudahan akses, manfaat nyata, dan keberagaman fitur merupakan kombinasi penting yang mendorong penggunaan layanan digital. Keamanan sistem memberikan landasan kepercayaan terhadap transaksi, sementara kemudahan penggunaan menciptakan pengalaman yang praktis dan ramah pengguna. Kebermanfaatan layanan memperkuat persepsi positif terhadap nilai guna aplikasi, dan fitur layanan yang inovatif memperkaya pengalaman digital nasabah secara menyeluruh.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Sri Afdiani (2021), yang menunjukkan pengaruh signifikan faktor-faktor serupa terhadap minat pengguna dompet digital dengan Adjusted R Square sebesar 0,535. Perbedaan tingkat determinasi ini mencerminkan karakteristik pengguna dan jenis layanan yang diteliti, namun secara umum menunjukkan bahwa dimensi teknis dan fungsional tetap menjadi penentu utama dalam keputusan adopsi layanan keuangan digital.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman faktor-faktor kunci dalam penguatan strategi digital banking, serta menegaskan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam merancang layanan berbasis teknologi yang mampu menjawab kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa secara parsial, variabel keamanan sistem dan kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap animo nasabah dalam menggunakan M-DIN. Sehingga hasil penelitian dari dua variabel ini menyatakan bahwa hipotesis (H1) dan (H2) ditolak dan hipotesis nihil (H0) diterima.

Sebaliknya, variabel kebermanfaatan dan fitur layanan terbukti memiliki pengaruh signifikan dan menjadi faktor dominan dalam mendorong penggunaan aplikasi. Sehingga hasil penelitian dari dua variabel ini menyatakan bahwa hipotesis (H3) dan (H4) diterima dan hipotesis nihil (H0) ditolak.

Sementara secara simultan, keempat variabel tersebut sama-sama berkontribusi terhadap animo nasabah, dengan proporsi pengaruh sebesar 74,5%. Dengan temuan yang mengindikasikan bahwa nasabah lebih mempertimbangkan manfaat praktis dan kecanggihan fitur dibanding aspek teknis lainnya. Hasil ini mendukung kerangka teori TAM dan memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan layanan digital sangat bergantung pada persepsi kegunaan dan kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Alfahri, Y. V. (2023). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Studi Kasus Mahasiswa Soloraya)*. 126.
- Aryani, A. D. (2023). *Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Akses dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Digital Payment ShopeePay*. 1–23.

- Bank Muamalat. (2024). *Muamalat DIN: Simpel, Cepat, dan Aman!*No Title. PT Bank Muamalat. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/muamalat-din-simpel-cepat-dan-aman1>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
- Eko Romadhon Nur Prasetyo. (2019). *Pengaruh persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan e money studi kasus masyarakat kabupaten sukoharjo*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Febiana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia. *An-Nisbah*, 03(01), 24.
- Febriyani, D. A. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MAHASISWA UST YOGYAKARTA PENGGUNA ZALORA. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(9), 25–34.
- Goldberg, R., & Groenewald, L. (2022). the Influence of Reference Groups on the Buying Behaviour of Singletons. *Malaysian E Commerce Journal*, 6(2), 64–68. <https://doi.org/10.26480/mecj.02.2022.64.68>
- Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2695>
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Pratwi, D. D., & Dahruji. (2024). *Implementasi Layanan Muamalat (Digital Islamic Network) Dalam Meningkatkan Efisiensi dan Kemudahan Bertransaksi di Bank Muamalat*. 10(1), 34–44. <https://ojs.unida.ac.id>

- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Sri Afdiani. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL (APLIKASI DANA)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY Banda Aceh.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>.