

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Optimalisasi

“Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu”(Puspitawati, L., Anggadini, 2011). Berdasarkan prinsipnya, sistem memiliki empat elemen, yaitu objek, atribut, hubungan internal, dan lingkungan. Untuk membentuk sebuah sistem terdapat elemen-elemen yang membantu dalam pembentukan, yaitu tujuan, masukan, proses, keluaran, batas, mekanisme pengendalian dan umpan balik, serta lingkungan.

Optimalisasi adalah usaha dari individu untuk memperbaiki suatu aktivitas atau pekerjaan. Tujuannya adalah untuk mengurangi kerugian dan meningkatkan keuntungan, agar dapat mencapai hasil terbaik dalam batas yang ditetapkan. Proses ini melibatkan optimalisasi, yaitu menjadikan sesuatu dalam kondisi yang terbaik atau paling maksimal (Attin et all, 2023).

Maka dapat disimpulkan sistem optimalisasi adalah usaha untuk memperbaiki suatu sistem dari aktivitas perusahaan, baik perangkat, proses bisnis, dan persediaan bisnis. Optimalisasi dilakukan dengan mengidentifikasi masalah, memilih cara untuk menyelesaikannya, dan melaksanakannya dengan cara yang efisien dan efektif.

2.2 Pengertian *Mobile Banking* dan *Muamalat Digital Islamic Network*

2.2.1 Pengertian *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* merupakan inovasi terbaru di sektor perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan keuangan nasabah dan mempermudah segala aktivitas transaksi mereka. *Mobile Banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan *smartphone*. *Mobile Banking* tidak hanya membantu nasabah dalam bertransaksi, tetapi juga meningkatkan layanan perbankan (Pramesti, P., Ahmad F., & Khairani, S., 2025).

Mobile Banking adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melihat dan mengelola informasi keuangan dan transaksi secara *real time*. Nasabah perorangan dapat menggunakan layanan mobile banking melalui telepon seluler yang dilengkapi dengan teknologi *General Packet Radio Service* (GPRS), yang memungkinkan pengiriman data lebih cepat daripada teknologi *Circuit Switch Data* (CSD), yang pada awalnya dikembangkan untuk sistem telepon. Teknologi ini memungkinkan transfer data yang lebih cepat (Nazirah, 2022).

Berdasarkan pengertian di atas, maka pengertian *mobile banking* adalah layanan keuangan yang digunakan untuk mengelola informasi serta melakukan aktivitas keuangan secara langsung dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu penggunaan *smartphone*.

2.2.2 Pengertian *Muamalat Digital Islamic Network* (MDIN)

Muamalat Digital Islamic Network merupakan sebuah aplikasi perbankan yang diciptakan oleh Bank Muamalat. Dengan aplikasi ini, para nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke bank. Di dalam aplikasi *mobile banking* Muamalat DIN, terdapat berbagai fitur menarik yang dirancang untuk mempermudah nasabah. Hal ini termasuk kemampuan untuk melihat rincian produk dan layanan, yang membantu dalam menemukan berbagai produk Bank Muamalat, serta informasi mengenai alamat cabang atau ATM terdekat, dan informasi keagamaan, seperti jadwal sholat dan kalkulator zakat. Apabila nasabah mengalami masalah saat memanfaatkan Muamalat DIN, tersedia fitur "Hubungi Kami" yang dirancang untuk mempermudah mereka dalam mengajukan berbagai permasalahan yang mungkin dihadapi. Dengan begitu, pihak bank akan segera memberikan penanganan yang sesuai. Selain itu, Muamalat DIN juga menawarkan layanan pembayaran atau pengelolaan tagihan melalui perangkat seluler, termasuk transaksi *top up*, *transfer*, pembayaran listrik, dan lain-lain (Pratwi & Dahruji, 2024).

Dapat disimpulkan *Muamalat Digital Islamic Network* adalah sebuah *platform* digital keuangan yang diciptakan untuk melayani nasabah Bank Muamalat Indonesia tanpa harus datang ke kantor untuk melakukan berbagai kegiatan keuangan kapan saja dan dimana saja, serta dilengkapi dengan berbagai fitur yang lengkap sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2.3 Fitur Layanan

2.3.1 Pengertian Fitur Layanan

Menurut Sangadji (dalam Marsipta, 2023) fitur adalah karakteristik yang memiliki peran untuk meningkatkan fungsi utama dari suatu produk atau layanan.. Menurut Schmitt (dalam Widianingrum, 2021) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar atas suatu produk. Fitur ini yang membuat pelanggan memutuskan untuk menggunakan produk tertentu. Oleh karena itu, bagi para pemasar konvensional, fitur adalah alat yang penting untuk membuat produk mereka menonjol dari pesaing.

Fitur adalah aspek yang juga perlu dipertimbangkan ketika menggunakan suatu produk. Seseorang biasanya menyesuaikan fitur produk sesuai dengan ekspektasi mereka. Jika nasabah merasa puas dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking* dan kebutuhan mereka terpenuhi, maka hal ini akan mempengaruhi penggunaan layanan tersebut. Kemudahan dalam penggunaannya menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh nasabah saat menggunakan jasa layanan perbankan, dan sering kali nasabah juga memikirkan penggunaan layanan *mobile banking* (Badaruddin & Risma, 2021).

Layanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk pelanggan dan tidak memiliki bentuk fisik maupun merupakan kepemilikan. Dalam interaksi langsung antara satu orang dengan orang lain atau mesin secara nyata, dan memberikan kepuasan kepada konsumen (Mundir & Lilik Nur Hayati, 2021). Layanan umumnya

melibatkan interaksi langsung antara penyedia dan pelanggan, serta sering kali mengutamakan pentingnya kepuasan, kualitas, dan kecepatan.

Maka dapat disimpulkan fitur layanan adalah elemen atau aspek khusus yang terdapat dalam sebuah layanan untuk meningkatkan fungsi utamanya dan memberikan nilai lebih kepada pengguna. Elemen-elemen ini berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan dan keputusan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam hal layanan digital seperti *mobile banking*, fitur yang mudah diakses, relevan, dan praktis memiliki dampak yang kuat pada pengalaman pengguna. Oleh karena itu, fitur layanan bukan hanya sebagai alat untuk membedakan kualitas pelayanan yang dimiliki dengan pesaing, tetapi juga merupakan faktor kunci dalam mendorong loyalitas dan kepuasan pelanggan.

2.3.2 Indikator Fitur Layanan

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap fitur-fitur layanan yang terdapat pada *mobile banking* adalah dengan memberikan rasa aman dan kenyamanan selama menggunakan aplikasi keuangan ini. Menurut Poon (dalam Badaruddin & Risma, 2021) terdapat indikator-indikator untuk mengukur fitur layanan, antara lain:

1. Kemudahan akses informasi
2. Keberagaman layanan transaksi
3. Keberagaman fitur
4. Inovasi produk

Berbagai fitur yang lengkap bisa digunakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus pergi ke ATM maupun kantor bank secara langsung. *Mobile banking* juga dapat melakukan pembukaan rekening baru secara *online*.

2.4 Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen yang ditunjukkan oleh nasabah kepada suatu instansi keuangan atau lamanya kerja sama antara nasabah dan instansi tersebut dalam menjalin hubungan yang saling menguntungkan (Budiman, 2020). Mereka menemukan bahwa hubungan yang baik, yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan, dan komitmen, memiliki dampak positif terhadap loyalitas. Loyalitas diukur dari seberapa banyak seseorang melakukan pembelian dalam jangka waktu tertentu dan mengulangi pembelian setelah pertama kali membeli (Ismulyaty et al., 2022).

Loyalitas nasabah menurut Griffin (dalam Riono et al., 2020) merupakan komitmen untuk membela secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan dalam tingkah laku. Indikator loyalitas adalah pembelian berulang, membeli produk lain dari bank yang sama, dan merekomendasikan produk kepada orang lain agar tertarik (Azizah et al., 2024).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan loyalitas nasabah adalah kemampuan nasabah dalam membeli produk atau menggunakan layanan bank yang sama secara terus menerus meskipun dapat mempengaruhi tingkah laku nasabah.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dwiyana Farizka Mahmudah, Linawati, dan Fatqu Rois (2024)	Optimalisasi Layanan Aplikasi Muamalat DIN (<i>Digital Islamic Network</i>) Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun	Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dilanjutkan dengan observasi dan dokumentasi	Optimalisasi layanan aplikasi Muamalat DIN (<i>Digital Islamic Network</i>) berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah dengan meningkatkan sistem layanan dan meningkatkan desain fitur pada aplikasi <i>Muamalat Digital Islamic Network</i> .
2	Nurul Salmah Nasution dan Alim Murtani (2024)	Analisis Optimalisasi Pelayanan Melalui	Jenis penelitian yang digunakan adalah	Optimalisasi pelayanan melalui penggunaan <i>mobile banking</i> pada PT

		Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada PT Bank Sumut Syaraiah Kantor Cabang Pembantu Marelan Raya	penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan studi pustaka	Bank Sumut Syariah KCP Marelan yaitu dengan meningkatkan keamanan transaksi, pengembangan layanan pembiayaan syariah, integrasi dengan sistem pembayaran digital, personalisasi dan analisis data nasabah, edukasi dan pendampingan digital, peningkatan infrastruktur teknologi, dan peningkatan layanan nasabah melalui aplikasi.
3	Akyun Maslikah dan Siswahyudianto (2023)	Optimalisasi Layanan <i>Digital Islamic Network</i> Dalam Meningkatkan Bertransaksi Nasabah Bank Muamalat	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan	untuk meningkatkan kemudahan bertransaksi bagi nasabah Bank Muamalat KCP Madiun adalah dengan selalu memberikan update layanan dan memberikan informasi produk

				data yang jasa atau fitur baru. digunakan Optimalisasi strategi adalah data layanan dengan primer dan data menerapkan model sekunder. Data layanan <i>serqual</i> atau primer berupa <i>total quality</i> wawancara dan <i>(tangibles,</i> data sekunder <i>realibilty,</i> berasal dari <i>responsiveness,</i> buku, jurnal, <i>assurance,</i> dan dan referensi. <i>empati</i>). Kemudian untuk evaluasi strategi layanan yang dilakukan oleh pihak bank adalah melakukan evaluasi seminggu sekali untuk <i>frontliner,</i> satu bulan sekali dan satu tahun sekali untuk seluruh pegawai dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan strategi yang telah diterapkan.
4	Hasna Zahira (2022)	Optimalisasi Penggunaan Sistem Layaan <i>Mobile Banking</i> Dalam Menarik	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian	Diperoleh hasil penelitian ini yaitu dengan memperkenalkan lebih detail kepada

		Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland	kualitatif dengan teknik analisis deskriptif dimana mengumpulkan dan menemukan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, website dan buku.	nasabah saat pembukaan rekening ataupun bertransaksi lainnya, selain itu kendala yang dihadapi oleh pihak bank seperti aplikasi yang <i>offline</i> dan endapan dana, dan pihak bank memberikan solusi dengan menyarankan nasabah untuk membuat laporan ke cabang terdekat dan memberitahukan secara detail tentang kendala tersebut sampai nasabah paham.
5	Putri Fitriani Fajria (2021)	Optimalisasi Strategi Layanan Mobile Banking Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik	Diperoleh hasil penelitian ini yaitu dengan memberikan kemudahan kepada nasabah dan senantiasa <i>update</i> layanan, memperhatikan fitur-fitur <i>mobile banking</i> agar tetap

Pembantu/KCP Nganjuk	pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data sekunder berupa jurnal, buku, dan karya ilmiah lainnya.	dapat dengan melakukan menerapkan dimensi yakni <i>tangibles</i> , <i>realibilyty</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>emphaty</i> . Serta memberikan sosialisasi dengan mengedukasi dan mengajak nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> , mengoptimalkan sistem keamanan perbankan, dan memperbanyak fitur-fitur yang dibutuhkan nasabah.	diakses mudah, dan lima yakni
-------------------------	---	--	-------------------------------

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2021-2024