



Persepsi Nasabah Tentang Program Layanan *Mobile UGT* pada BMT UGT Nusantara Cabem Labang dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Digital di Kalangan Masyarakat

Inayatur Rohimah^{1*}, Anizah², Mashudi³

¹⁻³Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 202193290585@darul-hikmah.com

Abstract. The development of digital technology has driven the transformation of financial services, including in Islamic microfinance institutions. One form of innovation is the implementation of mobile banking services, which aims to improve transaction efficiency and digital financial literacy among the public. This study aims to analyze customer perceptions of the Mobile UGT service program at BMT UGT Nusantara Labang Branch and its role in improving digital financial literacy among the public. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data was collected through in-depth interviews, observations, and documentation of five active customers who have used the Mobile UGT service. The results show that customers generally have a positive perception of the Mobile UGT service. The application is considered easy to use, practical, and able to facilitate various financial transactions such as checking balances, transferring funds, and making payments, without having to come directly to the BMT office. In addition to increasing transaction efficiency, the use of Mobile UGT also contributes to improving customers' digital financial literacy, as reflected in their increased understanding of income and expenditure management, budget planning, utilization of digital transaction features, and awareness of data and account security. However, this study also found several obstacles, mainly related to technical disruptions to the application and internet network limitations. Mobile UGT service plays an important role in supporting customers' financial independence and digital financial inclusion. This study recommends strengthening technological infrastructure and continuing education programs to optimize the benefits of digital financial services in the BMT environment.

Keywords: BMT; Customer Perception; Digital Financial Literacy; Islamic Finance; Mobile UGT.

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi layanan keuangan, termasuk pada lembaga keuangan mikro syariah. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah penerapan layanan mobile banking yang bertujuan meningkatkan efisiensi transaksi sekaligus literasi keuangan digital masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap program layanan Mobile UGT pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Labang serta perannya dalam meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima orang nasabah aktif yang telah menggunakan layanan Mobile UGT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah memiliki persepsi yang umumnya positif terhadap layanan Mobile UGT. Aplikasi ini dipandang mudah digunakan, praktis, dan mampu mempermudah berbagai transaksi keuangan seperti pengecekan saldo, transfer dana, dan pembayaran, tanpa harus datang langsung ke kantor BMT. Selain meningkatkan efisiensi transaksi, penggunaan Mobile UGT juga berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan digital nasabah, yang tercermin dari meningkatnya pemahaman mengenai pengelolaan pemasukan dan pengeluaran, perencanaan anggaran, pemanfaatan fitur transaksi digital, serta kesadaran terhadap keamanan data dan akun. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa kendala, terutama terkait gangguan teknis aplikasi dan keterbatasan jaringan internet. Secara keseluruhan, layanan Mobile UGT berperan sebagai instrumen penting dalam mendukung kemandirian finansial dan inklusi keuangan digital nasabah. Penelitian ini merekomendasikan penguatan infrastruktur teknologi dan program edukasi berkelanjutan guna mengoptimalkan manfaat layanan keuangan digital di lingkungan BMT.

Kata kunci: BMT; Keuangan Syariah; Literasi Keuangan Digital; *Mobile UGT*; Persepsi Nasabah.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia menonjol sebagai negara yang membanggakan populasi Muslim terbesar di seluruh dunia, sebuah fakta yang menggarisbawahi perannya yang signifikan dalam komunitas Islam di seluruh dunia. Di antara berbagai negara yang memiliki demografi Muslim substansial,

Indonesia menempati peringkat kelima terbesar, dengan total mengesankan sekitar 231 juta orang yang mengidentifikasi diri sebagai Muslim. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa kegiatan ekonomi yang terjadi di Indonesia terkait erat dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang mengatur tidak hanya kerangka operasional lembaga perbankan tetapi juga fungsi entitas keuangan non-bank(Citra et al., 2025; Kasri, 2022; Zaini et al., 2021).

Lembaga keuangan syariah non-bank melayani banyak fungsi penting yang berkontribusi pada kegiatan ekonomi dalam masyarakat, berdampak pada beragam sektor seperti asuransi, pegadaian, pasar modal, dan lembaga khusus seperti BPRS dan BMT, antara lain. Salah satu jenis lembaga keuangan syariah non-bank yang telah mengalami pertumbuhan yang cukup besar dikenal sebagai Baitul Maal Wat Tamwill (BMT), yang memainkan peran penting dalam memfasilitasi layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah(Sihombing et al., 2024; Solekha et al., 2024; Sudjana & Rizkison, 2020).

Sejalan dengan misi menyeluruh yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan akses mudah dan transparan ke sumber daya keuangan yang sesuai dengan syariah, BMT UGT Nusantara terus-menerus berupaya untuk berinovasi dan memperluas penawaran layanannya, terutama di bidang teknologi digital. Inovasi terbaru yang mencontohkan komitmen ini adalah pengenalan aplikasi Mobile UGT, yang memberdayakan pelanggan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara online, sehingga menghilangkan kebutuhan bagi mereka untuk secara fisik mengunjungi kantor untuk layanan tersebut(Oktavia, 2024; Salim & Susetyo, 2025; Wahab & Ihsan, 2025).

Penerapan layanan digital, seperti mobile banking, merupakan inisiatif strategis yang bertujuan meminimalkan konsumsi kertas, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Namun demikian, tetap penting bahwa sumber daya manusia terus memainkan peran penting dalam proses operasional, karena manajemen Mobile banking mengharuskan keterlibatan personel yang bertanggung jawab untuk mengawasi prosedur aktivasi akun dan menangani keluhan pelanggan yang mungkin timbul(Hasanudin & Faeni, 2025; Kuosuwan et al., 2024; Latif et al., 2019).

Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan untuk aplikasi Mobile UGT dirancang untuk melibatkan tidak hanya pelanggan yang sudah ada tetapi juga untuk menarik klien baru. Dengan memberikan bimbingan dan dukungan yang tepat, individu yang terlibat dalam profesi seperti perdagangan pasar lokal dapat dengan mudah memanfaatkan manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi ini sejak mereka bergabung dengan BMT UGT Nusantara. Pendekatan ini sejalan dengan strategi segmentasi pasar dan sangat penting dalam memastikan bahwa ada kecocokan

yang harmonis antara kebutuhan konsumen dan layanan yang disediakan(Chan et al., 2025; Fardania & Pradikto, 2025; Kuriachan et al., 2024).

Meskipun inisiatif transformasi digital telah dilaksanakan secara bertahap dari waktu ke waktu, penting untuk mengakui bahwa tingkat pemanfaatan aplikasi Mobile UGT oleh pelanggan belum mencapai potensi penuhnya. Inovasi ini juga siap memainkan peran penting dalam mendorong peningkatan literasi keuangan digital di kalangan masyarakat umum, terutama di antara anggota BMT, yang sebagian besar termasuk dalam kelas sosial ekonomi menengah ke menengah ke bawah(Munawar et al., 2022).

Namun, pengalaman pelanggan dengan aplikasi Mobile UGT tidak tanpa tantangan, karena faktor-faktor seperti usia, pencapaian pendidikan, pengalaman sebelumnya dengan teknologi, dan kepercayaan keseluruhan pada sistem digital dapat secara signifikan mempengaruhi persepsi pelanggan dan penerimaan program layanan Mobile UGT. Dalam kerangka ini, persepsi pelanggan muncul sebagai metrik penting yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas program Mobile UGT dalam mempromosikan literasi keuangan digital.

Dalam upaya memahami persepsi pelanggan terkait dengan layanan Mobile UGT, para peneliti berusaha untuk mengevaluasi apakah program telah berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan mengenai kenyamanan, keamanan, dan pendidikan keuangan. Selain itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi BMT UGT Nusantara, memungkinkan mereka untuk menyempurnakan strategi digitalisasi layanan keuangan mereka dengan cara yang inklusif dan efektif(Anand, 2024; Fitara et al., 2025; Fitriani & Hidayatullah, 2025; Rukiah, 2024; Wibowo et al., 2020).

Mengingat fenomena yang dijelaskan sebelumnya dan studi yang diuraikan, para peneliti telah menyatakan minat untuk melakukan penyelidikan berjudul “Persepsi Pelanggan Tentang Program Layanan Seluler UGT di BMT UGT Nusantara Capem Labang Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Digital di Antara Masyarakat,” yang bertujuan untuk berkontribusi pada kumpulan pengetahuan yang ada di bidang studi vital ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Persepsi dan Dasar Teoritisnya

Dalam bidang psikologi yang luas, konsep persepsi didefinisikan dengan cermat sebagai proses kognitif yang rumit di mana individu secara aktif terlibat dalam pemilihan, organisasi, dan interpretasi rangsangan sensorik, yang pada akhirnya mengubah rangsangan ini menjadi representasi yang koheren dan bermakna dari lingkungan dan lingkungan terdekat mereka(Chun & Most, 2021). Sangat penting untuk mengakui bahwa rangsangan sensorik yang

identik dapat membangkitkan interpretasi yang beragam di antara individu yang berbeda, sebuah fenomena yang sebagian besar dapat dikaitkan dengan segudang pengaruh yang diberikan oleh pengalaman unik masing-masing orang sebelumnya, motivasi intrinsik, dan keadaan emosi yang berlaku, yang semuanya secara signifikan membentuk kerangka persepsi mereka. Proses multifaset ini berfungsi untuk menggambarkan sifat persepsi subjektif dan kontekstual yang inheren, sehingga menjadikannya sebagai elemen dasar dalam pengembangan sikap dan perilaku individu, terutama dalam bidang interaksi sosial dan mekanisme kompleks yang terlibat dalam pengambilan keputusan(Kenyon & Sen, 2022).

Dalam konteks spesifik adopsi teknologi, peran persepsi muncul sebagai faktor penting dalam menjelaskan bagaimana pengguna potensial mendekati dan mengevaluasi sistem teknologi sebelum pemanfaatannya yang sebenarnya. Model Penerimaan Teknologi (TAM), kerangka teoritis yang dikonseptualisasikan oleh Davis pada tahun 1989, menyatakan bahwa dua konstruksi fundamental kegunaan yang dirasakan (PU) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) berfungsi sebagai penentu penting dalam menjelaskan pola perilaku yang terkait dengan penggunaan teknologi(Alamir, 2024; Singh & Sinha, 2025). Kegunaan yang dirasakan secara operasional didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa terlibat dengan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dan produktivitas kerja mereka, sementara kemudahan penggunaan yang dirasakan dicirikan oleh sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan teknologi semacam itu memerlukan upaya minimal atau beban kognitif. Model Penerimaan Teknologi telah menjalani pengujian dan validasi yang ketat di beragam konteks teknologi informasi, mencakup berbagai aplikasi seperti layanan perbankan digital dan platform mobile banking, sehingga menggarisbawahi relevansi dan penerapannya dalam memahami perilaku pengguna di lingkungan teknologi kontemporer(Nihayah & Purnama, 2024).

Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merupakan wujud perkembangan dari literasi keuangan konvensional yang menyesuaikan diri dengan perubahan lanskap ekonomi akibat kemajuan teknologi. Jika sebelumnya kemampuan finansial lebih banyak diukur dari sejauh mana individu memahami konsep dasar seperti menabung, mengelola pengeluaran, dan menilai risiko, maka pada era digital kemampuan tersebut berkembang menjadi keterampilan yang lebih kompleks(Meena, 2024; Mir, 2024). OECD menegaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga keterampilan dan sikap yang memungkinkan individu membuat keputusan keuangan yang efektif dalam berbagai konteks ekonomi(Kamil et al., 2019; Turco et al., 2024). Ketika konteks tersebut bergeser ke ruang digital, literasi

keuangan pun mengalami perluasan makna. Individu tidak hanya dituntut memahami prinsip keuangan, tetapi juga mampu berinteraksi dengan berbagai platform digital yang menjadi perantara utama aktivitas ekonomi sehari-hari. Dalam konteks ini, literasi keuangan digital menjadi fondasi penting yang memungkinkan seseorang mengambil keputusan finansial secara rasional di tengah derasnya arus informasi dan inovasi teknologi, sebagaimana ditegaskan oleh Lusardi dan Mitchell bahwa literasi keuangan berperan krusial dalam kualitas pengambilan keputusan ekonomi individu(Golden & Cordie, 2022; Shapovalova & Munister, 2022).

Dalam praktiknya, literasi keuangan digital hadir dalam keseharian individu melalui berbagai keputusan kecil namun menentukan. Saat seseorang menggunakan aplikasi dompet digital, mengakses layanan perbankan seluler, atau mempertimbangkan tawaran kredit daring, ia sesungguhnya sedang menerapkan kombinasi pengetahuan keuangan dan keterampilan digital. Choung, Chatterjee, dan Pak (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital merupakan konstruksi multidimensi yang mengintegrasikan pengetahuan keuangan dasar, keterampilan digital, kesadaran terhadap layanan keuangan digital, serta kemampuan praktis untuk menghindari risiko penipuan daring. Kemampuan membaca syarat dan ketentuan, memahami biaya tersembunyi, serta menilai manfaat dan risiko suatu produk digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses tersebut(Choung et al., 2023). Tanpa literasi yang memadai, kemudahan akses justru dapat meningkatkan kecenderungan perilaku impulsif dan kesalahan pengambilan keputusan, sebagaimana ditunjukkan dalam kajian ekonomi perilaku yang menyoroti keterbatasan rasionalitas individu dalam lingkungan informasi yang kompleks(Amelia et al., 2025).

Lebih jauh, literasi keuangan digital juga berkaitan erat dengan kesadaran terhadap keamanan dan perlindungan data pribadi. Di tengah meningkatnya ancaman penipuan daring dan penyalahgunaan informasi, individu dituntut untuk memiliki kewaspadaan yang lebih tinggi dalam berinteraksi dengan layanan keuangan digital. Dalam perspektif Protection Motivation Theory(Hassan et al., 2024), Li, Y., & Fisher, I. (2022) menjelaskan bahwa kesadaran terhadap ancaman dan kemampuan untuk merespons ancaman tersebut menentukan perilaku perlindungan individu. Literasi keuangan digital berperan penting dalam membentuk kesadaran ini, tidak hanya pada tingkat pengetahuan teknis, tetapi juga dalam pembiasaan perilaku preventif seperti memverifikasi sumber informasi, mengenali skema penipuan, dan menjaga kerahasiaan data pribadi. Dengan demikian, literasi keuangan digital berfungsi sebagai mekanisme perlindungan diri yang adaptif dalam ekosistem digital yang semakin kompleks dan berisiko(Li & Fisher, 2022).

Ketika seluruh elemen tersebut terintegrasi, literasi keuangan digital berperan sebagai sarana pemberdayaan yang nyata. Individu yang memiliki literasi yang baik cenderung lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, mampu mengelola keuangan secara lebih efektif, dan lebih siap menghadapi dinamika ekonomi yang terus berubah. Rajasree, R., & Ragini, R. D. (2025) dalam Capability Approach menekankan bahwa kesejahteraan tidak hanya ditentukan oleh akses terhadap sumber daya, tetapi oleh kemampuan nyata individu untuk memanfaatkannya secara bermakna (Rajasree & Ragini, 2025). Dalam konteks ini, literasi keuangan digital menjadi kapabilitas kunci yang memungkinkan individu berpartisipasi secara aktif dan aman dalam ekonomi digital. Pada level yang lebih luas, peningkatan literasi keuangan digital juga berkontribusi pada perluasan inklusi keuangan, karena semakin banyak kelompok masyarakat yang dapat mengakses layanan formal dan merencanakan masa depan finansial mereka dengan lebih baik (World Bank, 2022). Oleh karena itu, literasi keuangan digital tidak dapat dipandang sebagai keterampilan tambahan semata, melainkan sebagai kebutuhan mendasar dalam kehidupan ekonomi modern.

Mobile Banking sebagai Inovasi Teknologi Keuangan

Mobile banking merupakan salah satu manifestasi paling nyata dari inovasi teknologi keuangan yang mengubah cara individu berinteraksi dengan lembaga perbankan. Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas finansial mulai dari pengecekan saldo, transfer dana, hingga pembayaran tagihan—secara daring melalui perangkat seluler tanpa keharusan hadir secara fisik di kantor bank. Perubahan ini tidak hanya mencerminkan efisiensi operasional, tetapi juga menandai pergeseran paradigma dalam penyediaan layanan keuangan yang semakin berorientasi pada kenyamanan, kecepatan, dan fleksibilitas pengguna(Kostakis et al., 2015).

Namun demikian, adopsi mobile banking tidak dapat dipahami semata-mata sebagai konsekuensi dari kemajuan teknologi. Davis (1989) melalui Technology Acceptance Model menegaskan bahwa penerimaan teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dari teknologi tersebut (Davis, 1989) . Dalam konteks mobile banking, persepsi bahwa layanan ini mampu menyederhanakan transaksi keuangan dan menghemat waktu menjadi faktor penting yang mendorong niat penggunaan. Sebaliknya, apabila sistem dipersepsikan rumit atau berisiko, maka ketersediaan teknologi sekalipun tidak serta-merta menjamin tingkat adopsi yang tinggi.

Lebih lanjut, persepsi pengguna terhadap mobile banking sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki. Individu dengan literasi keuangan digital yang

baik cenderung lebih mampu memahami fitur aplikasi, membaca syarat dan ketentuan, serta menilai risiko dan manfaat layanan secara lebih rasional. Choung, Chatterjee, dan Pak (2023) menekankan bahwa literasi keuangan digital yang mencakup pengetahuan finansial, keterampilan digital, serta kesadaran risiko siber berkontribusi signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital secara aman dan berkelanjutan(Rajasree & Ragini, 2025). dengan kata lain, literasi keuangan digital berperan sebagai prasyarat kognitif dan praktis yang memungkinkan individu memanfaatkan mobile banking secara optimal.

Temuan empiris juga memperkuat hubungan tersebut. Sabilia, V. P., & Hasnawati, H. (2024) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan dan literasi digital yang lebih tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan layanan keuangan digital, termasuk mobile banking, karena mereka merasa lebih percaya diri dan memiliki kontrol yang lebih baik terhadap keputusan finansialnya (Sabilia & Hasnawati, 2024). Hal ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan Ajzen (1991), di mana persepsi kontrol perilaku menjadi salah satu determinan utama dalam pembentukan niat dan perilaku aktual penggunaan teknologi(Sujood et al., 2023).

Dengan demikian, mobile banking sebagai inovasi teknologi keuangan tidak hanya bergantung pada infrastruktur dan kecanggihan sistem, tetapi juga pada kesiapan pengguna dalam memahami dan mengelola layanan tersebut. Literasi keuangan digital berfungsi sebagai jembatan antara inovasi teknologi dan perilaku penggunaan yang bertanggung jawab. Ketika pengguna memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai, mobile banking tidak sekadar menjadi alat transaksi, melainkan sarana strategis untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, memperluas akses layanan formal, serta mendukung kesejahteraan finansial di era digital yang semakin dinamis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang ditandai dengan penelitian lapangan. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memfasilitasi pemahaman mendalam tentang fenomena sosial yang sedang diperiksa, terutama mengenai persepsi pelanggan tentang program layanan Mobile UGT. Dengan mengadopsi kerangka deskriptif, penelitian berusaha untuk secara sistematis dan faktual mengartikulasikan pengalaman, perspektif, dan reaksi peserta penelitian dalam konteks otentik.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan penelitian, khususnya pelanggan BMT UGT Nusantara Capem Labang, melalui teknik seperti wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.

Data ini berfungsi untuk mengeksplorasi secara ekstensif persepsi, pengalaman, dan pemahaman pelanggan mengenai pemanfaatan layanan Mobile UGT. Sebaliknya, data sekunder berasal dari berbagai dokumen pendukung, termasuk laporan kelembagaan, arsip internal, artikel ilmiah, jurnal, dan literatur lain yang berkaitan dengan subjek penelitian, yang berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi data primer.

Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan partisipatif, di mana para peneliti secara aktif terlibat dalam pengaturan penelitian untuk memantau aktivitas pelanggan dan interaksi dengan layanan Mobile UGT. Selanjutnya, wawancara terstruktur dilaksanakan untuk mengumpulkan data yang terfokus dan selaras dengan tujuan penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai sumber daya tambahan, meliputi catatan, arsip, dan data pendukung lainnya yang terkait dengan pelaksanaan layanan Mobile UGT dan persepsi pelanggan terhadapnya.

Instrumen penelitian mencakup pedoman observasi, protokol wawancara, serta alat tambahan seperti kamera atau perangkat seluler untuk menangkap data visual dan pendengaran selama proses penelitian. Instrumen ini digunakan untuk memastikan bahwa metodologi pengumpulan data sistematis dan bahwa temuan yang dihasilkan akurat dan dapat dipertahankan.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan induktif, mengikuti kerangka analisis yang diusulkan oleh Miles dan Huberman, yang mencakup tahapan pengumpulan data, pengurangan data, presentasi data, dan menarik kesimpulan. Proses analitis komprehensif ini dilakukan terus menerus dari awal pengumpulan data hingga kesimpulan penelitian, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman holistik tentang fenomena yang sedang diselidiki.

Untuk memastikan validitas data, penelitian menerapkan penilaian kredibilitas melalui teknik triangulasi, meliputi triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber melibatkan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, metode triangulasi mengintegrasikan wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi waktu memerlukan pengumpulan data pada interval temporal yang berbeda. Melalui penerapan strategi ini, data yang diperoleh diantisipasi valid, konsisten, dan cocok sebagai dasar untuk menarik kesimpulan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setelah proses pengumpulan data lapangan selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah penyajian dan analisis data. Penelitian ini melibatkan sejumlah informan yang merupakan nasabah aktif BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Labang dengan latar belakang dan

tingkat pengalaman teknologi yang beragam. Seluruh informan telah menggunakan layanan Mobile UGT dan memberikan informasi mengenai pandangan, pengalaman, serta dampak penggunaan aplikasi tersebut terhadap aktivitas keuangan mereka.

Persepsi Nasabah Terhadap Layanan *Mobile UGT*

Persepsi nasabah terhadap layanan Mobile UGT dalam penelitian ini dipahami sebagai pandangan, penilaian, serta tanggapan nasabah terhadap aplikasi yang disediakan oleh BMT UGT Nusantara. Hasil wawancara menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap layanan Mobile UGT secara umum bersifat positif. Nasabah memandang aplikasi ini sebagai inovasi layanan keuangan digital yang membantu mereka memahami dan mengelola keuangan pribadi secara lebih baik. Salah satu informan menyampaikan bahwa penggunaan Mobile UGT meningkatkan pemahamannya terkait pengelolaan anggaran dan pengaturan dana pribadi.

Selain itu, kemudahan penggunaan menjadi aspek yang paling sering disoroti oleh informan. Mayoritas nasabah menyatakan bahwa aplikasi Mobile UGT mudah dioperasikan, memiliki tampilan yang jelas, serta tidak membingungkan. Konsistensi jawaban antar-informan menunjukkan bahwa desain aplikasi telah cukup ramah pengguna (user friendly), sehingga dapat diakses oleh berbagai lapisan nasabah, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang teknologi yang kuat.

Manfaat dan Kepuasan Nasabah terhadap Layanan *Mobile UGT*.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nasabah merasakan manfaat nyata dari penggunaan Mobile UGT dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Manfaat tersebut antara lain kemudahan dalam melakukan transaksi, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam memantau pengeluaran dan pemasukan. Nasabah menilai bahwa aplikasi ini membantu mereka dalam menentukan prioritas pengeluaran dan mengambil keputusan keuangan harian secara lebih terencana.

Tingkat kepuasan nasabah tercermin dari pernyataan yang menekankan bahwa Mobile UGT sangat membantu dalam transaksi keuangan dan pengelolaan keuangan rumah tangga. Dengan adanya layanan ini, nasabah tidak lagi bergantung pada kunjungan langsung ke kantor BMT, sehingga proses transaksi menjadi lebih praktis dan fleksibel.

Kendala dan Keterbatasan Layanan *Mobile UGT*

Meskipun persepsi dan manfaat yang dirasakan nasabah cenderung positif, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah kendala dalam penggunaan Mobile UGT. Kendala tersebut terutama berkaitan dengan aspek teknis, seperti gangguan jaringan internet, aplikasi yang mengalami eror, keterlambatan respons aplikasi, serta lupa kode akses atau PIN.

Beberapa informan menyampaikan pengalaman kurang memuaskan ketika aplikasi sulit diakses atau mengalami gangguan saat melakukan transaksi. Kendala ini menunjukkan bahwa keberhasilan layanan keuangan digital masih sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur teknologi dan tingkat literasi digital pengguna.

Sumber Informasi Dan Sosialisasi Layanan *Mobile UGT*

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa nasabah memperoleh informasi awal mengenai Mobile UGT melalui berbagai saluran. Sebagian informan mengetahui layanan ini melalui kantor pusat BMT atau pegawai BMT, sementara yang lain memperoleh informasi dari keluarga, media sosial resmi BMT, maupun brosur dan kegiatan demonstrasi aplikasi.

Selain itu, sebagian besar informan menyatakan pernah mengikuti kegiatan sosialisasi atau pelatihan penggunaan Mobile UGT yang diselenggarakan oleh pihak BMT, baik di kantor maupun di lingkungan desa. Sosialisasi ini berperan penting dalam membantu nasabah memahami cara penggunaan aplikasi dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam memanfaatkan layanan digital.

Peran *Mobile UGT* dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Digital.

Temuan penting dalam penelitian ini adalah peran *Mobile UGT* dalam meningkatkan literasi keuangan digital nasabah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi secara berkelanjutan membantu nasabah memahami pengelolaan pemasukan dan pengeluaran, pentingnya pencatatan keuangan, serta proses transaksi digital. Nasabah menjadi lebih sadar dalam mengatur pengeluaran, menabung, dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara mandiri.

Selain itu, nasabah juga menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap aspek keamanan digital, seperti menjaga kerahasiaan PIN, tidak sembarangan membagikan data pribadi, serta memantau aktivitas transaksi secara rutin. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital yang berkembang tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga kesadaran terhadap risiko dan perlindungan data.

Kemandirian Finansial Nasabah Melalui *Mobile UGT*

Penggunaan *Mobile UGT* turut mendorong peningkatan kemandirian finansial nasabah. Nasabah menyatakan bahwa mereka dapat mengelola keuangan pribadi secara mandiri tanpa harus hadir langsung ke kantor BMT. Kemampuan untuk mengecek saldo, melakukan transfer, dan mengontrol pengeluaran melalui aplikasi memberikan rasa kendali yang lebih besar terhadap kondisi keuangan mereka.

Perubahan ini mencerminkan pergeseran perilaku keuangan nasabah dari pola konvensional menuju pola pengelolaan keuangan berbasis digital yang lebih mandiri dan efisien.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dan triangulasi data, dapat disimpulkan bahwa layanan Mobile UGT telah diimplementasikan secara bertahap dan relatif efektif di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Labang. Sosialisasi melalui pegawai BMT, media cetak, serta pelatihan di tingkat desa berperan penting dalam memperkenalkan layanan ini kepada nasabah.

Persepsi positif nasabah terhadap kemudahan dan manfaat Mobile UGT menunjukkan bahwa layanan ini mampu memenuhi kebutuhan praktis nasabah dalam bertransaksi dan mengelola keuangan. Temuan ini sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model yang menekankan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat merupakan faktor utama dalam penerimaan teknologi.

Lebih jauh, penggunaan Mobile UGT terbukti berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan digital nasabah. Nasabah tidak hanya memahami fungsi dasar aplikasi, tetapi juga mampu mengorganisasi informasi keuangan, mengontrol pengeluaran, serta meningkatkan kewaspadaan terhadap keamanan digital. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan berupa kendala teknis, keterbatasan literasi digital sebagian nasabah, serta belum meratanya sosialisasi layanan.

Namun demikian, secara umum nasabah mengapresiasi upaya edukasi dan pendampingan yang dilakukan oleh BMT. Oleh karena itu, penguatan infrastruktur teknologi dan perluasan program literasi keuangan digital menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan pemanfaatan Mobile UGT sebagai instrumen inklusi keuangan dan pemberdayaan masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Labang mengenai persepsi nasabah terhadap layanan Mobile UGT dalam meningkatkan literasi keuangan digital, dapat disimpulkan bahwa layanan ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung aktivitas keuangan nasabah. Kehadiran Mobile UGT memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara lebih mudah dan efisien, seperti pengecekan saldo, transfer dana, serta pembayaran, tanpa harus mendatangi

kantor BMT secara langsung. Kemudahan akses dan efisiensi waktu tersebut menjadikan Mobile UGT dipersepsi sebagai layanan yang praktis dan relevan dengan kebutuhan nasabah.

Selain itu, persepsi nasabah terhadap peran Mobile UGT dalam meningkatkan pengetahuan keuangan digital cenderung positif. Aplikasi ini dinilai mudah digunakan dan membantu nasabah dalam mengelola keuangan secara mandiri. Penggunaan Mobile UGT berkontribusi pada peningkatan pemahaman nasabah terkait pencatatan pemasukan dan pengeluaran, perencanaan anggaran, pemanfaatan fitur transaksi digital, serta kesadaran terhadap aspek keamanan akun. Meskipun demikian, sebagian nasabah masih mengalami kendala teknis dan mengharapkan adanya peningkatan pada stabilitas sistem serta penguatan fitur keamanan guna meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi digital.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, beberapa rekomendasi dapat diajukan sebagai berikut.:

Bagi BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Labang, disarankan untuk melakukan penguatan sistem dan infrastruktur aplikasi Mobile UGT agar kinerjanya lebih stabil dan andal, sehingga dapat meminimalkan gangguan teknis dalam proses transaksi. Selain itu, pengembangan fitur keamanan yang lebih komprehensif perlu menjadi perhatian utama, disertai dengan program edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan mengenai pentingnya perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi digital bagi nasabah.

Bagi nasabah, disarankan untuk terus meningkatkan literasi keuangan dan digital dengan menggunakan layanan Mobile UGT secara aktif namun tetap berhati-hati. Kesadaran dalam menjaga kerahasiaan data pribadi dan keamanan akun perlu ditingkatkan agar pemanfaatan layanan digital dapat dilakukan secara optimal dan bertanggung jawab, sekaligus mendorong kemandirian dalam pengelolaan keuangan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan nasabah dari berbagai cabang BMT guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan memungkinkan analisis perbandingan antarwilayah. Selain itu, kajian lanjutan juga dapat difokuskan pada evaluasi efektivitas fitur-fitur tertentu dalam aplikasi Mobile UGT untuk mengidentifikasi aspek layanan yang paling berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan digital nasabah.

DAFTAR REFERENSI

- Alamir, I. (2024). Extended Technology Acceptance Model (TAM) for evaluating digital banking adoption in Saudi Arabia. *Al-Migalat Al-Ilmayat Li-Gamiat Al-Malik Faisal*, 63–70. <https://doi.org/10.37575/h/mng/240043>
- Amelia, S. R., Anah, L., & Ulya, W. (2025). Ketika inflasi dan ketidakpastian menekan: Refleksi doom spending dan pentingnya literasi ekonomi. *Perwira Journal of Economics and Business*, 5(2), 228–240. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v5i2.589>
- Anand, D. (2024). Customer perception towards digital transaction. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/ijserem34339>
- Chan, S. W., Lu, S., Cheng, N. H. C., Chui, C. H.-K., & Yat-Sang Lum, T. (2025). Promoting charitable donations and volunteering through nudge tools from the perspective of behavioral economics: A systematic review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 54(2), 435–461. <https://doi.org/10.1177/08997640241258140>
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Chun, M. M., & Most, S. B. (2021). Perception and mental imagery. *Cognition*. <https://doi.org/10.1093/hesc/9780199950638.003.0003>
- Citra, K. A., Zainal, V. R., Nurwahidin, N., Mutaqqin, M. I., & Fatwa, N. (2025). The development of Indonesia's halal industry from a macroeconomic perspective: A critical review. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science (DIJEMSS)*, 6(6), 4304–4316. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i6.4948>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fardania, N., & Pradikto, S. (2025). Pengaruh strategi pemasaran dengan teknik tradisional dan online terhadap hasil penjualan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*, 2(1), 70–85. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.766>
- Fitara, I. A., Rizoni, I., Ardiansyah, F., & Ardana, Y. (2025). Pengaruh persepsi masyarakat, keamanan, dan pengetahuan masyarakat terhadap evaluasi masyarakat menggunakan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1072–1079. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.598>
- Fitrianih, O., & Hidayatullah, M. S. (2025). Digital experience dalam perbankan syariah: Pengaruh layanan BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah. *Bismaku*, 2(2). <https://doi.org/10.35760/bismaku.2025.v2i2.14616>
- Golden, W. J., & Cordie, L. (2022). Digital financial literacy. *Adult Literacy Education*, 4(3), 20–26. <https://doi.org/10.35847/wgolden.lcordie.4.3.20>
- Hasanudin, H., & Faeni, D. P. (2025). Transformasi strategi bisnis perbankan konvensional melalui inovasi, keberlanjutan, dan penguatan SDM di era digital. *Deleted Journal*, 2(9), 4324–4333. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i9.1714>
- Hassan, S., Ahmad, R., Katuk, N., Ghazali, N. N., Aripin, J. A., & Ali, F. (2024). Staying one step ahead: Exploring protection motivation theory to combat cyber-fraud among e-services users. *Procedia Computer Science*, 234, 1364–1371. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.04.011>

- Kamil, W. A. R., Bakhor, S. A. S. M., Luna-Martinez, J. de, Zhang, W. G., & Aziz, A. H. B. A. (2019). *Islamic green finance: Development, ecosystem and prospects* (pp. 1–111). World Bank. <https://documents.worldbank.org/curated/en/591721554824346344/Islamic-Green-Finance-Development-Ecosystem-and-Prospects>
- Kasri, R. A. (2022). Islamic banking in Indonesia: New perspectives on monetary and financial issues. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 50(3), 500–502. <https://doi.org/10.1080/00074918.2014.980391>
- Kenyon, G. N., & Sen, K. C. (2022). *The perception process* (pp. 41–50). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6627-6_5
- Kostakis, V., Niaros, V., & Giotitsas, C. (2015). Open source 3D printing as a means of learning: An educational experiment in two high schools in Greece. *Telematics and Informatics*, 32(1), 118–128. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.001>
- Kuosuwan, B., Risman, A., Dudukalov, E., & Kozlova, E. (2024). Digital banking and environmental impact: How Fintech supports carbon footprint reduction. *BIO Web of Conferences*, 145, 5017. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202414505017>
- Kuriachan, A., Thomas, R. W., & Sukanya, R. (2024). Place-based strategies, multichannel merger, and context-driven alerts for engagement with mobile marketing. In *IGI Global* (pp. 198–229). <https://doi.org/10.4018/978-8-3693-1339-8.ch012>
- Latif, K. A., Mahmood, N. H. N., & Ali, N. R. M. (2019). Exploring the changing human resource management role in the context of digital banking transformation. *OIJ International Journal*, 7(2), 1–13. <https://oiji.utm.my/index.php/oiji/article/view/59>
- Li, Y., & Fisher, I. (2022). Digital financial literacy, risk aversion, and college students' online security behavior. In *Proceedings of the IEEE BigData* (pp. 4807–4811). <https://doi.org/10.1109/BigData55660.2022.10020556>
- Meena, R. P. (2024). Unraveling the future: Emerging trends of financial literacy in the digital age. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/ijserm29263>
- Mir, M. A. B. (2024). Digital financial literacy and financial well-being. In *IGI Global* (pp. 57–73). <https://doi.org/10.4018/978-8-3693-1750-1.ch003>
- Munawar, W., Kurnia, T., Maryani, N., Laeli, S., Dewi, A., & Sutriadi, D. (2022). Peningkatan kapasitas anggota BMT Kabandungan dalam pemanfaatan teknologi digital berbasis aplikasi mobile online dengan metode popular education. *Almujtamae*, 2(3), 224–231. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i3.7350>
- Nihayah, N., & Purnama, N. (2024). Evaluation of digital banking application adoption based on the Technology Acceptance Model (TAM). <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1083>
- Oktavia, N. T. (2024). Sistem aplikasi mobile usaha gabungan terpadu (UGT) Nusantara dalam meningkatkan literasi keuangan syariah digital masyarakat. *Jurnal Sistem Informasi, Manajemen dan Teknologi Informasi*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.33020/jsimtek.v2i2.660>
- Rajasree, R., & Ragini, R. D. (2025). Digital and financial literacy and its impact on financial decision. *AIJFR*, 6(4). <https://doi.org/10.63363/aijfr.2025.v06i04.1130>

- Rukiah, R. (2024). Exploring customer experiences and perceptions towards the implementation of digital banking services: A case study of millennials in Mandailing Natal. *Deleted Journal*, 1(2), 142–153. <https://doi.org/10.62569/ijb.v1i2.22>
- Sabila, V. P., & Hasnawati, H. (2024). The influence of financial literacy and digital literacy on mobile banking adoption. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(11), 6640–6652. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i11.17004>
- Salim, H., & Susetyo, A. B. (2025). Peran teknologi finansial dalam inovasi layanan perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 103–113. <https://doi.org/10.33633/kekobs.v4i2.13158>
- Shapovalova, A., & Munister, V. D. (2022). Financial literacy and its multi-factory model in conditions of digital economic transformation. *Вестник НГУЭУ*, 2, 102–119. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2022-2-102-119>
- Sihombing, J. A., Tarigan, J. E., Margaret, N. T., Lubis, P. A. U., Nabillah, R., Manalu, R. H. R., & Kuntuy, J. (2024). Perkembangan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) pada periode 2014–2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi dan Pajak*, 1(4), 153–159. <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i4.652>
- Singh, V., & Sinha, K. (2025). Application of the Technology Acceptance Model (TAM) in the context of NBFC customers. *International Journal of Latest Technology in Engineering Management & Applied Science*, 14(7), 846–855. <https://doi.org/10.51583/ijltemas.2025.1407000102>
- Solekha, Y. A., Murdianah, A. Q., Lestari, N. S., & Asytuti, R. (2024). Baitul Maal Wa Tamwil sebagai lembaga keuangan mikro syariah pemberdaya ekonomi umat (konsep dan teori). <https://doi.org/10.28918/velocity.v1i1.3647>
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam mewujudkan ekonomi syariah yang kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175. <https://doi.org/10.29040/jei.v6i2.1086>
- Sujood, Arwab, M., & Hamid, S. (2023). Post-pandemic intention of the tourism and hospitality (T&H) industry employees towards the use of information technology. *Tourism Hospitality Management*, 29(2), 279–295. <https://doi.org/10.20867/thm.29.2.12>
- Turco, E., Robba, M., & Iannello, P. (2024). La Multidimensional Financial Literacy Scale: Proposta di un nuovo strumento per la misurazione della financial literacy. *RICERCHE DI PSICOLOGIA, PRE*. <https://doi.org/10.3280/rip2023oa18192>
- Wahab, F., & Ihsan, M. (2025). Revolusi digital perbankan syariah: Mendorong inovasi keuangan Islam di Indonesia. 2(2), 87–99. <https://doi.org/10.63321/jifsb.v2i2.74>
- Wibowo, H. A., Pradana, C. H. A., & Faizin, N. (2020). Wakaf saham di Indonesia dan pengaturannya. *Lex Librum: Jurnal Ilmu Hukum*, 9(2). <https://doi.org/10.46839/lljh.v9i2.391>
- World Bank. (2022). *Commodity markets outlook April 2022*. Commodity Market, 6. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/37223/CMO-April-2022-executive-summary.pdf>
- Zaini, F., Shuib, M. S., & bin Ahmad, M. (2021). The prospect of sharia banking in Indonesia (opportunities, challenges and solutions). 2(4), 1–14. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2019.2401>