

FAKTOR DETERMINASI MINAT PENGGUNAAN LAYANAN LINKAJA SYARIAH PADA MASYARAKAT JABODETABEK

Muhammad Ananda Rizaldi¹

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Muhammad Anwar Fathoni²

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Fitri Yetty³

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Email: muhammad.ananda@upnvj.ac.id¹ mfathoni@upnvj.ac.id² fitriyetti@upnvj.ac.id³

ABSTRAK

LinkAja resmi merilis layanan LinkAja Syariah. Hadirnya sistem pembayaran digital berbasis syariah ini diharapkan dapat memberikan andil dalam perkembangan ekonomi dan keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor determinasi minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di Jabodetabek, yaitu Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Inovasi Teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat Jabodetabek yang pernah menggunakan layanan LinkAja Syariah atau setidaknya mengetahui layanan tersebut. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah. Sementara itu, Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah. Untuk pihak LinkAja dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, agar dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah. Selain itu, variabel Manfaat dan Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah dibanding variabel lainnya. Oleh karena itu, pihak LinkAja hendaknya lebih gencar melakukan sosialisasi dan promosi terkait kemudahan dan manfaat pada sistem pembayaran dan fitur-fitur di LinkAja Syariah. Untuk pemerintah kedepannya juga dapat memberikan program-program edukasi terkait dengan uang elektronik syariah, sehingga akhirnya masyarakat akan teredukasi dan sadar akan adanya kemudahan dan manfaat dari layanan syariah berbasis teknologi. Hal ini juga demi tercapainya tujuan pemerintah untuk menciptakan ekosistem halal di Indonesia.

Kata Kunci: *inovasi teknologi, kemudahan penggunaan, manfaat, minat menggunakan, risiko.*

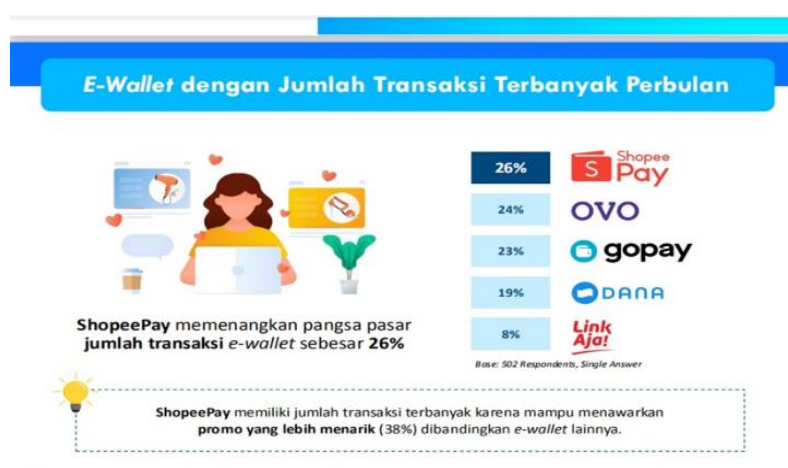
PENDAHULUAN

Penggunaan *mobile payment* di berbagai belahan dunia terus meningkat dari tahun ke tahun. Begitupun dengan penggunaan layanan pembayaran seluler yang sedang menjadi tren di Indonesia dalam lima tahun terakhir, diiringi dengan penggunaan ponsel pintar yang meningkat sebanyak 70%. Terlebih lagi dengan semakin beragamnya pilihan aplikasi *e-wallet* yang tidak memerlukan kartu untuk setiap transaksinya ¹. *E-wallet* atau dompet digital merupakan alat pembayaran digital yang memakai media elektronik seperti *Smartphone* dalam bentuk *server based*. Biasanya *e-wallet* berbentuk aplikasi yang berbasis di server dan memerlukan koneksi dengan penerbitnya terlebih dahulu dalam

¹Siti Nur Fatoni et al., *Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia*. (Artikel Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati, 2020). hlm 2.

penggunaannya². *E-wallet* merupakan salah satu *fintech* yang cukup signifikan perkembangannya. Hal ini disebabkan oleh kebijakan yang diberlakukan bank sentral Indonesia yang menyarankan untuk lebih sering melakukan transaksi secara digital³. Salah satu *fintech* di Indonesia yang berbentuk dompet digital atau *e-wallet* adalah LinkAja.

Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan industri halal, salah satunya adalah dalam hal perkembangan teknologi. Potensi yang lainnya adalah banyaknya jumlah masyarakat muslim yang diprediksikan akan mencapai 256 juta orang di tahun 2050⁴. Oleh karena itu, LinkAja melakukan perilisasi Layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* syariah pertama di Indonesia yang didalamnya terdapat berbagai fitur pembayaran yang sudah mematuhi prinsip-prinsip Syariah. Layanan ini juga telah mendapat izin sertifikasi Kesesuaian Syariah dari DSN-MUI setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait dengan uang elektronik syariah. Berbagai fitur pembayaran yang ada didalam layanan LinkAja Syariah, seperti donasi/infaq digital, wakaf digital, zakat digital, qurban digital, pesantren digital, dan lain sebagainya, merupakan salah satu pertumbuhan perkembangan teknologi pada sektor industri halal tersebut.⁵



Sumber: Markplus Analysis (2020)

Gambar 1. E-wallet dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia

²Agus Mulyana dan Hanhan Wijaya, “Perancangan E-Payment System Pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android”, *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, Vol. 7, No. 2, (2018), hlm 63–69.

³IDN Financials, “*BI Encourages Public to Use Non-Cash Transaction Method*”, diakses melalui situs: <https://www.idnfinancials.com/news/32945/encourages-public-non-cash-transaction-method>

⁴Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Hadi Syahputri, “Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 3, (2020). hlm 434.

⁵Linkaja, “*LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama Di Indonesia*”, diakses melalui situs: <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-luncurkan-layanan-syariah-pertama-di-indonesia>

Saat ini LinkAja masih memiliki pangsa pasar yang terendah dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Hal itu dibuktikan dari survei yang dilakukan MarkPlus Inc pada Gambar 1, dimana total volume transaksi LinkAja di Indonesia masih menjadi yang terkecil (8%), dibandingkan dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay (26%), OVO (24%), GoPay (23%), dan DANA (19%)⁶. Apabila pangsa pasar dari LinkAja masih menjadi yang terkecil, maka potensi masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah juga akan berkurang. Selain itu, tingkat literasi ekonomi syariah di Indonesia saat ini masih terbilang cukup rendah yaitu, hanya 8,93%⁷. Oleh karena itu, dengan adanya sistem pembayaran digital berbasis syariah ini diharapkan dapat memberikan andil dalam perkembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya dalam hal literasi keuangan syariah. Akan tetapi, langkah strategis yang dilakukan KNEKS dan LinkAja tersebut akan kurang efektif, jika minat untuk menggunakan Linkaja itu sendiri tersebut rendah. Oleh karena itu, perlu untuk diteliti faktor-faktor apa saja yang dapat memicu timbulnya minat masyarakat untuk menggunakan LinkAja Syariah.

Pada tahun 1986, Davis mengembangkan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menjelaskan tentang penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi⁸. Terdapat dua faktor utama dalam model ini yaitu kemudahan penggunaan dan kemanfaatan, dimana kedua faktor tersebut secara bersamaan dapat menentukan sikap individu dalam hal penggunaan teknologi. Kedua faktor ini telah terbukti memiliki validitas dan determinan yang tinggi dalam hal menentukan penerimaan teknologi informasi⁹. Selain kedua faktor tersebut, peneliti juga menambahkan persepsi risiko dan inovasi teknologi pada model TAM sebagai variabel eksternal.

Kemudahan penggunaan yaitu kemudahan seseorang dalam memahami dan menggunakan suatu teknologi. Dengan kemudahan penggunaan yang ada dalam transaksi *e-wallet*, masyarakat akan semakin mudah mengoperasikan *e-wallet* tersebut¹⁰. Kemudahan penggunaan dapat diartikan juga sebagai ukuran

⁶Paschalia Judith et al., “*Dompet Digital Melaju di Era Pandemi Covid-19*”, diakses melalui situs: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/11/13/dompet-digital-melaju-di-era-pandemi/>

⁷KNEKS, “*Pendidikan Sejak Dini Untuk Ekonomi Syariah Indonesia*” diakses melalui situs: <https://knks.go.id/berita/277/pendidikan-sejak-dini-untuk-ekonomi-syariah-indonesia?category=1>

⁸Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm 111.

⁹Yaufi Andriyano, Skripsi: “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*”. (Yogyakarta: UNY, 2014), hlm 22.

¹⁰Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Aplikasi DANA di Surabaya*”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8, No 3 (2020). hlm. 1007.

dimana pengguna di masa depan menganggap bahwa suatu sistem tidak akan ada hambatan ¹¹.

Persepsi kemudahan merujuk pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu agar tidak memerlukan sebuah usaha yang besar ketika menggunakan ¹². Perspektif dari kemudahan juga menjelaskan bahwa suatu sistem diciptakan tidak untuk mempersulit penggunaannya, melainkan untuk mempermudah setiap individu dalam menuntaskan pekerjaannya. Dengan kata lain, individu yang menggunakan sistem akan merasa lebih mudah dalam bekerja dibandingkan dengan individu yang bekerja secara manual dan tidak menggunakan sistem tersebut ¹³.

Penelitian dari Rodiah & Melati dan Halim et al., menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sementara itu, penelitian dari Ernawati & Noersanti mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai keyakinan akan manfaat dari penggunaan suatu sistem atau teknologi yang dapat menaikkan performa kerja mereka. Jika mereka mendapatkan pengaruh positif, maka teknologi informasi tersebut akan mereka gunakan¹⁴. Selain itu, terbatasnya kemampuan pengoperasian teknologi akan menyebabkan manfaat dari teknologi akan terbatas, oleh karena itu manfaat yang dirasakan setiap orang tentunya akan berbeda-beda, tergantung sejauh mana mereka dapat memanfaatkan dan mengoperasikan teknologi tersebut ¹⁵.

Penelitian dari Atriani et al., menjelaskan bahwa variabel manfaat terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Penggunaan Go Pay. Berbeda dengan penelitian dari Ernawati & Noersanti yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

¹¹Chitra Laskmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, no. 1, (2016). hlm 160.

¹²Wahyu Tri Susilo et al., "Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri", *E-Proceeding of Management*, Vol 4, No. 1 (2017). hlm 27.

¹³Andi Hakim Febriansyah, Skripsi: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan" (Medan: USU, 2010). hlm 33.

¹⁴Moch Suhir, Imam Suyadi, Riyadi "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 8, no. 1 (2014). hlm 4.

¹⁵Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)" *Jurnal Studi Manajemen* Vol 8, no. 1 (2014). hlm 8-9.

Risiko adalah ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak bisa memprediksi konsekuensi di masa depan dari keputusan pembelian mereka¹⁶. Persepsi risiko merupakan penjelasan subyektif seseorang tentang tingkat probabilitas terkait dengan detail kecelakaan yang akan terjadi dan penjelasan tentang kekhawatiran akan dampak yang ditimbulkan. Selain itu, persepsi risiko juga mengacu kepada kepercayaan dan keyakinan individu tentang kemungkinan keuntungan atau kerugian yang sebelumnya tidak mereka pertimbangkan¹⁷.

Risiko mengacu kepada persepsi-persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi buruk saat melakukan suatu aktivitas¹⁸. Ketika kita bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet*, bukan berarti transaksi tersebut bebas dari risiko. Karena pada dasarnya transaksi menggunakan *e-wallet* akan semakin meninggalkan transaksi dengan wujud fisik, sehingga mendorong timbulnya asumsi yang dapat menimbulkan kekhawatiran¹⁹.

Penelitian dari Achadi & Winarto membuktikan bahwa variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay. Akan tetapi, penelitian dari Rodiah & Melati menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Inovasi Teknologi merupakan keinginan seseorang untuk mencoba suatu sistem informasi atau inovasi baru dari sebuah teknologi informasi²⁰. Proses penggunaan oleh pelanggan terpusat pada proses mental dan melalui proses ini akan ada peralihan dari seseorang yang awalnya masih awam tentang inovasi, hingga akhirnya menggunakan inovasi tersebut. Pengguna produk baru dapat dilihat melalui lima tahap, yaitu; (1) Pelanggan sadar akan adanya inovasi tersebut, akan tetapi masih mempunyai minim pengetahuan terkait hal tersebut; (2) Pelanggan terpacu untuk mengetahui informasi terkait dengan inovasi tersebut; (3) Pelanggan memiliki pertimbangan untuk mencoba inovasi tersebut; (4) Pelanggan mencoba inovasi tersebut untuk meningkatkan dugaannya terkait dengan nilai inovasi tersebut; (5) Pelanggan memutuskan untuk menggunakan inovasi tersebut sepenuhnya secara teratur²¹.

¹⁶Suresh dan Shashikala, "Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India" *3rd International Conference on Information and Financial Engineering*, Vol. 12 (2011). hlm 337.

¹⁷Pradhita Saraswati dan Zaki Baridwan, "Penerimaan Sistem E-commerce: Pengaruh Manfaat Kepercayaan Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko" *Jurnal Universitas Brawijaya*, Vol. 1, No. 2 (2012). hlm 5.

¹⁸Basu Swasta Dharmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama* (Yogyakarta: BPFE, 2012). hlm 64.

¹⁹Yaufi Andriyano, Op. cit., hlm 9.

²⁰Maya Indriastuti dan Rizki Herdian Wicaksono, "Influencers E-money in Banking Sector" *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 4, No. 2 (2014). hlm 13.

²¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesebelas* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2007). hlm 125.

Penelitian dari Afriza yang menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Go Pay. Disisi lain penelitian dari Rahayu menjelaskan bahwa Inovasi Teknologi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan Go Pay.

Minat adalah kesadaran diri setiap individu terhadap masalah, objek, orang atau suatu keadaan yang mempunyai hubungan dengan diri mereka. Dengan kata lain, minat harus dipandang sebagai suatu kesadaran ²². Minat Perilaku (*Behavioral intention*) merepresentasikan suatu minat. Minat atau intensi merupakan kemauan untuk mengerjakan suatu tindakan. Minat belum termasuk tindakannya ²³. Hubungan antara minat dan perilaku dilatar belakangi oleh anggapan bahwa seseorang berusaha untuk menciptakan keputusan yang rasional atas dasar informasi yang mereka miliki ²⁴. Minat penggunaan adalah kondisi seseorang sebelum melakukan suatu perilaku. Ketika seseorang mendapatkan rangsangan dari produk yang dilihatnya, maka terbentuklah minat. kemudian akan muncul keinginan atau dorongan untuk menggunakannya ²⁵.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, dan inovasi teknologi secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Sehingga nantinya akan diketahui faktor mana yang paling mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan LinkAja Syariah. Kebaruan dari penelitian ini adalah temuan penelitian terkait dengan faktor determinasi dari minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di Jabodetabek, dimana belum ada penelitian yang membahas spesifik tentang minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di wilayah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam hal pengembangan layanan syariah berbasis teknologi, khususnya layanan LinkAja Syariah.

²²Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan, “Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior” *Jurnal Universitas Brawijaya*, Vol. 1, No. 2 (2013). hlm 7.

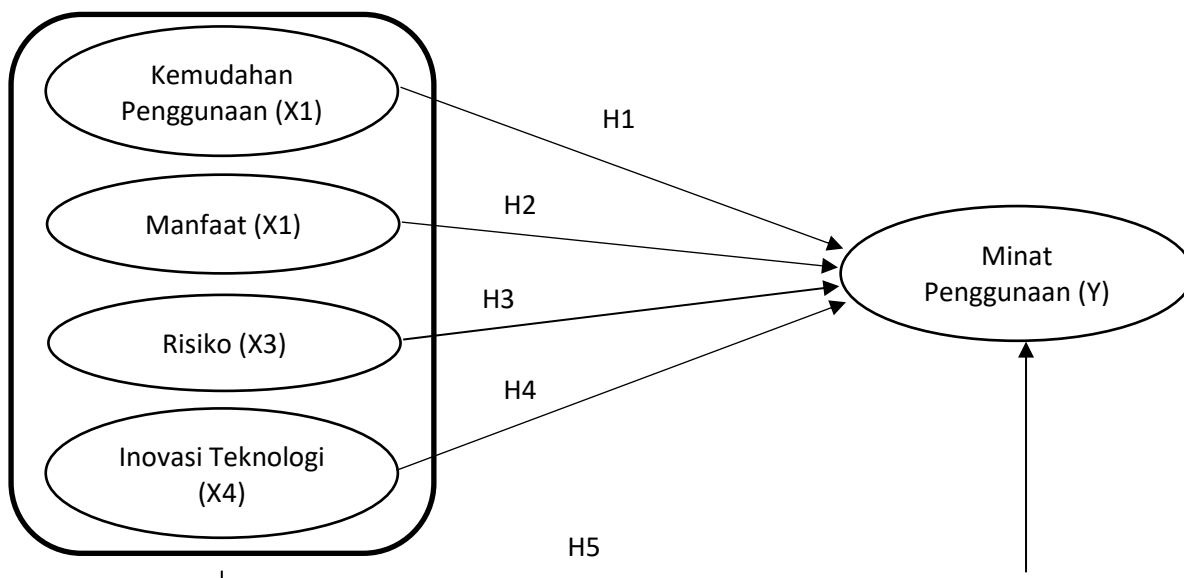
²³Jogiyanto Hartono, Op. cit., hlm 26.

²⁴Kim et al., “A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents,” *Decision Support Systems* Vol. 44, no. 2 (2008). hlm 544–564.

²⁵Atriani et al., “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompnet Digital OVO,” *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora* Vol. 6, No. 1 (2020). hlm 54–61.

Model Penelitian

Gambar 2. Model Penelitian



Pengembangan Hipotesis:

H₁: Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

H₂: Manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

H₃: Risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

H₄: Inovasi Teknologi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

H₅: Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Inovasi Teknologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer. Selanjutnya, data primer diperoleh dengan penyebaran kuisioner kepada masyarakat Jabodetabek yang pernah menggunakan layanan LinkAja Syariah atau minimal mengetahui layanan tersebut. Kuisioner disebarakan melalui aplikasi online *Google Form*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan skor setiap pernyataan yaitu, (skor 1) Sangat tidak setuju, (skor 2) Tidak Setuju, (Skor 3) Setuju, serta (Skor 4) Sangat Setuju.

Uji validitas dan reliabilitas akan digunakan untuk menguji instrumen atau pernyataan dari setiap variabel. Selanjutnya, uji kualitas data akan menggunakan uji asumsi klasik. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan

statistik deskriptif, serta analisis regresi linier berganda yang terdiri dari Uji T, Uji F, Uji koefisien determinasi (R^2), Sumbangan Efektif (SE), dan Sumbangan Relatif (SE). Dalam hal ini, Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, sumber informasi, dan jumlah orang yang pernah menggunakan LinkAja Syariah.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Responden
Jenis Kelamin		
1	Laki-laki	55
	Perempuan	45
	Total	100
Usia		
2	<24 tahun	69
	25-35 tahun	25
	36-45 tahun	6
	Total	100
Domisili		
3	Jakarta	47
	Bogor	11
	Depok	10
	Tangerang	15
	Bekasi	17
	Total	100
Pekerjaan		
4	Mahasiswa/pelajar	58
	PNS	10
	Pegawai Swasta	18
	Wiraswasta	9
	Amil Zakat	5
	Total	100
Sumber Informasi		
5	Promosi dari pihak Linkaja	23
	Internet/social media	65
	Iklan TV	10
	Teman	1
	Melalui aplikasi Linkaja	1
	Total	100
Pernah menggunakan Linkaja Syariah		
6	Ya	44
	Tidak	56

Total	100
-------	-----

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 1 tersebut, mayoritas responden ialah laki-laki dengan jumlah 55 orang. Responden juga mendominasi pada usia di bawah 24 tahun dengan jumlah 69 orang. Mayoritas responden juga berdomisili di Jakarta dengan jumlah 47 orang. Responden yang paling dominan ialah Mahasiswa/pelajar dengan jumlah 58 orang, dan diikuti dengan Pegawai swasta dengan jumlah 18 orang. Mayoritas responden mendapatkan informasi terkait LinkAja Syariah melalui Internet/*social media* dengan jumlah 65 orang, dan responden yang pernah menggunakan LinkAja Syariah berjumlah 44 orang, sementara sisanya 56 orang belum pernah menggunakan layanan LinkAja Syariah dan hanya sekedar mengetahui layanan tersebut.

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dari variabel Minat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Inovasi Teknologi adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

No.	Kriteria	Kemudahan Penggunaan		Manfaat		Risiko		Inovasi Teknologi		Minat Penggunaan	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Tinggi	77	77%	83	83%	41	41%	94	94%	63	63%
2	Cukup	23	23%	17	17%	47	47%	6	6%	37	37%
3	Rendah	0	0%	0	0%	12	12%	0	0%	0	0%
Total		100	100%	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%
Kriteria		Tinggi		Tinggi		Cukup		Tinggi		Tinggi	

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 2 tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dengan jumlah responden sebanyak 77 dari 100 orang atau 77% dari total sampel tercatat dalam kategori tinggi. Di sini bisa disimpulkan bahwa responden merasa penggunaan layanan LinkAja Syariah memiliki tingkat kemudahan yang tinggi.

Variabel manfaat dengan jumlah responden sebanyak 83 dari 100 orang atau 83% dari total sampel tercatat dalam kategori tinggi. Di sini bisa disimpulkan bahwa responden merasa fitur-fitur yang ditawarkan pada layanan LinkAja Syariah memberikan manfaat yang tinggi untuk mereka.

Variabel risiko dengan jumlah responden sebanyak 47 dari 100 orang atau 47% dari total sampel tercatat dalam kategori cukup. Di sini bisa disimpulkan bahwa responden cukup memahami risiko-risiko pada penggunaan layanan LinkAja Syariah.

Variabel inovasi teknologi dengan jumlah responden sebanyak 94 dari 100 orang atau 94% dari total sampel tercatat dalam kategori tinggi. Di sini bisa disimpulkan bahwa responden merasa fitur-fitur atau inovasi terbaru dari layanan LinkAja Syariah memberikan kemudahan yang tinggi untuk mereka.

Variabel minat penggunaan dengan jumlah responden sebanyak 63 dari 100 orang atau 63% dari total sampel tercatat dalam kategori tinggi. Di sini bisa disimpulkan bahwa responden memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah.

Uji validitas dan Reliabilitas

Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Item	r hitung	Keterangan
X1.1	0,758	Valid
X1.2	0,774	Valid
X1.3	0,785	Valid
X1.4	0,789	Valid
X1.5	0,869	Valid
X1.6	0,825	Valid
X2.1	0,748	Valid
X2.2	0,724	Valid
X2.3	0,832	Valid
X2.4	0,822	Valid
X2.5	0,794	Valid
X2.6	0,813	Valid
X3.1	0,827	Valid
X3.2	0,774	Valid
X3.3	0,812	Valid
X3.4	0,905	Valid
X3.5	0,881	Valid
X3.6	0,849	Valid
X4.1	0,885	Valid
X4.2	0,866	Valid
X4.3	0,895	Valid
X4.4	0,939	Valid
Y.1	0,822	Valid
Y.2	0,732	Valid
Y.3	0,832	Valid
Y.4	0,745	Valid
Y.5	0,590	Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 3 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} dari semua item pada variabel kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, inovasi teknologi, dan minat penggunaan lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,195, sehingga seluruh indikator dari semua variabel independen maupun dependen dapat dinyatakan valid, sehingga kuisioner dapat digunakan untuk pengujian berikutnya. Selanjutnya, hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	kriteria	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,886	0,60	Reliabel
Manfaat	0,876	0,60	Reliabel
Risiko	0,917	0,60	Reliabel
Inovasi Teknologi	0,918	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan	0,802	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 4 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai *Alpha Cronbach* lebih besar 0,60, sehingga semua variabel pada penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, inovasi teknologi, dan minat penggunaan dinyatakan reliabel, sehingga kuisioner dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas akan digunakan untuk pengujian asumsi klasik. Hasil dari uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Exact Sig. (2-tailed)	0,267

Sumber: Data diolah (2020)

Dari tabel 5 tersebut dapat dijelaskan bahwasanya data yang dipakai pada penelitian ini berdistribusi dengan normal. Hal itu dapat dilihat dari hasil pengujian *exact p values* yang menunjukkan nilai signifikansi *Exact Sig. (2-tailed)* sebesar 0,267, dimana nilainya lebih besar dari 0,05 (5%). Selanjutnya, Hasil dari uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kemudahan Penggunaan	0,333	3,007	Non multikolinieritas
Manfaat	0,300	3,334	Non multikolinieritas
Risiko	0,944	1,060	Non multikolinieritas
Inovasi Teknologi	0,570	1,754	Non multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 6 tersebut dapat dilihat bahwa tiap-tiap variabel independen mempunyai besaran nilai *Tolerance* di atas 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10, maka dapat dijelaskan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdeteksi multikolinieritas. Selanjutnya, Hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Kemudahan Penggunaan	0,317	Non heteroskedastisitas
Manfaat	0,386	Non heteroskedastisitas
Risiko	0,063	Non heteroskedastisitas
Inovasi Teknologi	0,505	Non heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 7 tersebut dapat dilihat bahwa hasil yang diperoleh memperlihatkan nilai signifikansi tiap-tiap variabel independen memiliki tingkat signifikansi diatas 0,05 yang berarti data yang dipergunakan dalam penelitian ini tidak terdeteksi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Selanjutnya, hasil analisis dari sumbangan efektif dan sumbangan relatif adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Rangkuman hasil analisis

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square
X1	0,295	0,735	0,648
X2	0,459	0,763	
X3	0,141	0,241	
X4	0,082	0,571	

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 8 tersebut merupakan hasil *output* SPSS yang digunakan untuk menguji Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR). Hasil perhitungan dari sumbangan efektif adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Sumbangan Efektif (SE)

SE	Nilai
X1	21,7
X2	35,0
X3	3,4
R Square	64,8

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 9 tersebut, dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) memiliki sumbangan efektif sebesar 21,7% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Lalu, pada variabel manfaat (X2) memiliki sumbangan efektif sebesar 35% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Selanjutnya, pada variabel risiko (X3) hanya memiliki sumbangan efektif sebesar 3,4% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Sedangkan variabel inovasi teknologi (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa variabel manfaat (X2) mempunyai pengaruh yang mendominasi terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah dibandingkan dengan variabel kemudahan penggunaan dan variabel risiko. Dari sumbangan efektif (SE) yang didapat, berikut adalah hasil perhitungan dari Sumbangan Relatif:

Tabel 10. Sumbangan Relatif (SR)

SR	Nilai
X1	33,5
X2	54,0
X3	5,2
R Square	100

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 10 tersebut, dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) memiliki sumbangan relatif sebesar 33,5% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Lalu, pada variabel manfaat (X2) memiliki sumbangan relatif sebesar 54,0% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Selanjutnya, pada variabel risiko (X3) hanya memiliki sumbangan relatif sebesar 5,2% terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Sedangkan variabel inovasi teknologi (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah (Y). Total sumbangan relatif (SR) yang didapatkan adalah 100% atau sama dengan 1.

Selanjutnya, hasil dari uji regresi linier berganda berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig t
Konstanta	0,630	-0,501	0,618
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,273	2,797	0,006
Manfaat (X2)	0,414	4,132	0,000
Risiko (X3)	0,086	2,254	0,026
Inovasi Teknologi (X4)	0,106	1,016	0,312
F hitung		43,736	

F table	2,46
Sig F	0,000
R Square	0,648

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel 11 tersebut, hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X₁) terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 2,797 yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05 (5%), sehingga dapat disimpulkan **H₁ diterima**.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Rodiah & Melati (2020) dan Halim et al., (2020), yang menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Atriani et al., (2020) juga membuktikan bahwa Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Menggunakan OVO. Akan tetapi terdapat perbedaan pada hasil penelitian dari Ernawati & Noersanti (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO.

Jika responden percaya atau merasa bahwa sistem dari LinkAja Syariah mudah digunakan maka mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika responden mendapati kesulitan yang cukup berarti untuk menggunakan LinkAja Syariah maka mereka tidak akan menggunakannya. Hal tersebut mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana persepsi Kemudahan Penggunaan dapat menentukan sikap individu dalam hal penggunaan teknologi.

Berdasarkan pernyataan dari kuisioner, Responden merasa bahwa fitur-fitur pada layanan LinkAja Syariah jelas, mudah dimengerti, mudah untuk digunakan dan dapat mengoperasikannya sesuai dengan keinginan mereka. Responden juga merasa dapat menggunakan fitur-fitur seperti isi pulsa, pembayaran tagihan, ZISWAF digital, dan lainnya dengan mudah tanpa bantuan dari orang lain.

Hal tersebut sesuai dengan Teori dari Febriansyah (2010) mengenai Perspektif dari kemudahan yang menjelaskan bahwa suatu sistem diciptakan tidak untuk mempersulit penggunaannya, melainkan untuk mempermudah setiap individu dalam menuntaskan pekerjaannya. Dengan kata lain, individu yang menggunakan sistem akan merasa lebih mudah dalam bekerja dibandingkan dengan individu yang bekerja secara manual dan tidak menggunakan sistem tersebut²⁶.

²⁶ Andi Hakim Febriansyah, Loc. cit.

Teori dari Susilo et al., (2017) juga menjabarkan bahwa Persepsi kemudahan merujuk pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu agar tidak memerlukan sebuah usaha yang besar Ketika menggunakan

27.

Pengaruh Manfaat (X₂) terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, dapat dikatakan bahwa variabel manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,132 yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (5%), Sehingga bisa disimpulkan bahwa **H₂ diterima**.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Atriani et al., (2020) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Menggunakan OVO. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Achadi & Winarto (2020) yang menjelaskan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Go Pay. Akan tetapi terdapat perbedaan pada hasil penelitian dari Ernawati & Noersanti (2020) yang menjelaskan bahwa Persepsi Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO.

Jika responden merasa penggunaan layanan LinkAja Syariah akan sangat bermanfaat untuk mereka dan mereka memahami manfaat yang ada di dalamnya, maka mereka akan semakin berminat dan tertarik untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika responden merasa penggunaan layanan LinkAja Syariah tidak memiliki manfaat apapun untuk mereka, maka secara langsung mereka tidak akan berminat dan tertarik untuk menggunakannya.

Hal tersebut sesuai dengan teori TAM dimana persepsi manfaat dapat menentukan sikap individu dalam hal penggunaan teknologi.

Berdasarkan pernyataan dari kuisioner, responden merasa proses transaksi pembayaran melalui layanan LinkAja Syariah sangat cepat dan praktis, sehingga hal tersebut akan mempermudah mereka dalam transaksi pembayaran, dan juga dapat mempersingkat waktu yang mereka habiskan dalam transaksi pembayaran, jika dibandingkan pembayaran secara *offline*. Selain itu, responden juga merasa fitur-fitur yang ada pada layanan LinkAja Syariah membuat transaksi pembayaran menjadi lebih efektif dan fleksibel, karena mereka dapat dengan mudah melakukan pembayaran dimana saja dan kapan saja. Selain itu, penggunaan layanan LinkAja Syariah juga mampu meningkatkan kinerja mereka.

Hal tersebut mendukung Teori dari Suhir et al., (2014) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat dapat diartikan sebagai keyakinan akan manfaat dari penggunaan suatu sistem atau teknologi yang dapat menaikkan performa kerja

²⁷ Wahyu Tri Susilo et al., Loc. cit.

mereka. Jika mereka mendapatkan pengaruh positif, maka teknologi informasi tersebut akan mereka gunakan²⁸.

Pengaruh Risiko (X₃) terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, dapat dikatakan bahwa variabel risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 2,254 yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,026 yang lebih kecil dari 0,05 (5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₃ diterima**.

Hal tersebut terjadi karena responden sudah memahami risiko yang akan mereka terima dalam penggunaan layanan dompet digital seperti LinkAja Syariah. Semakin seseorang paham akan risiko penggunaan layanan LinkAja Syariah, maka pada umumnya seseorang akan semakin berminat untuk menggunakannya. Begitupun sebaliknya, jika seseorang tidak paham dan belum teredukasi akan risiko penggunaan layanan LinkAja Syariah, maka pada umumnya seseorang akan menghindarinya. Dengan demikian, persepsi risiko terbukti dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan LinkAja Syariah.

Teori dari Dharmesta & Handoko (2012) menjelaskan bahwa Risiko mengacu kepada persepsi-persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi buruk saat melakukan suatu aktivitas. Dalam hal ini yaitu persepsi-persepsi responden terkait risiko penggunaan layanan LinkAja Syariah. Responden sudah paham akan risiko-risiko penggunaan layanan LinkAja Syariah, seperti kemungkinan kebocoran informasi pribadi, peretasan akun oleh pihak tertentu, gagal bayar, kehilangan saldo, dan lain-lain. Dengan demikian, pihak Linkaja perlu menjamin keamanan yang tinggi bagi penggunanya, agar terhindar dari risiko-risiko buruk yang tidak diinginkan²⁹.

Menurut Andriyano (2014), ketika kita bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet*, bukan berarti transaksi tersebut bebas dari risiko. Karena pada dasarnya transaksi menggunakan *e-wallet* akan semakin meninggalkan transaksi dengan wujud fisik, sehingga mendorong timbulnya asumsi yang dapat menimbulkan kekhawatiran³⁰.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya dari Achadi & Winarto (2020) yang membuktikan bahwa variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay. Akan tetapi terdapat perbedaan pada hasil penelitian dari Rahayu (2018) yang menjelaskan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan Go Pay.

²⁸ Moch Suhir, Imam Suyadi, Riyadi, Loc. cit.

²⁹ Basu Swasta Dharmesta dan Hani Handoko, Loc. cit.

³⁰ Yaufi Andriyano, Loc. cit.

Pengaruh Inovasi Teknologi (X₄) terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, dapat dikatakan bahwa variabel inovasi teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 1,016 yang lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,312 yang lebih besar dari 0,05 (5%), Sehingga bisa disimpulkan bahwa **H₄ ditolak**.

Hal tersebut diperkirakan karena responden belum teredukasi mengenai fitur-fitur atau inovasi-inovasi terbaru yang ada pada layanan LinkAja Syariah, sehingga inovasi teknologi tidak mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan LinkAja Syariah.

Teori dari Kotler (2005) menjelaskan bahwa pengguna produk baru dapat dilihat melalui lima tahap, tahapan pertamanya yaitu “responden sadar akan adanya inovasi tersebut, akan tetapi masih mempunyai minim pengetahuan mengenai hal tersebut”. Lalu tahapan keduanya yaitu “pelanggan terpacu untuk mengetahui informasi terkait dengan inovasi tersebut”³¹. Dalam hal ini, responden sadar akan adanya kemudahan yang ditawarkan pada inovasi teknologi di layanan LinkAja Syariah, seperti fitur pembayaran pesantren, fitur pembayaran umrah/haji, fitur ZISWAF digital, fitur qurban digital dan lain-lain, akan tetapi mereka mempunyai pengetahuan yang minim akan fitur baru tersebut dan tidak terpacu untuk mempelajari lebih lanjut tentang fitur baru tersebut. Responden hanya sekedar mengetahui fitur baru tersebut, akan tetapi tidak tertarik untuk menggunakannya. Dengan demikian, Inovasi teknologi tidak dapat mempengaruhi minat penggunaan layanan LinkAja Syariah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian dari Afriza (2020) yang menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Go Pay. Akan tetapi terdapat perbedaan pada hasil penelitian dari Rahayu (2018) yang menjelaskan bahwa Inovasi Teknologi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan Go Pay.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Inovasi Teknologi terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, dan inovasi teknologi dapat mempengaruhi variabel minat penggunaan secara bersama-sama dengan besaran nilai F hitung yaitu sebesar 46,045, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel yaitu sebesar 2,46. Selain itu, besaran nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diraih kesimpulan jika variabel kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, dan inovasi teknologi berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat penggunaan layanan

³¹ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, Loc. cit.

LinkAja Syariah di Jabodetabek, dan bisa disimpulkan bahwa **H5 diterima**. Selain itu, berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, dan inovasi teknologi mampu mempengaruhi minat menggunakan LinkAja Syariah sebesar 66%, sehingga sisanya sebesar 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Hal tersebut menandakan bahwa variabel-variabel bebas (independen) cukup dapat memberikan penjelasan untuk memprediksikan variabel terikat (dependen).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan yang didapatkan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan, Manfaat, serta Risiko mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di Jabodetabek. Dengan demikian, pihak LinkAja dan pemerintah dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, agar dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah. Sementara itu, Inovasi teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di Jabodetabek.

Variabel Manfaat dan Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah dibanding variabel lainnya. Oleh karena itu, pihak LinkAja hendaknya lebih gencar melakukan sosialisasi dan promosi terkait kemudahan dan manfaat pada sistem pembayaran dan fitur-fitur di LinkAja Syariah, terutama promosi melalui *social media*. Pihak LinkAja juga perlu meningkatkan kualitas layanannya, agar pengguna terhindar dari risiko-risiko buruk yang tidak diinginkan. Untuk Pemerintah kedepannya juga dapat memberikan program-program edukasi terkait dengan uang elektronik syariah, sehingga akhirnya masyarakat akan teredukasi dan sadar akan adanya kemudahan, manfaat dan risiko dari layanan syariah berbasis teknologi, yang akhirnya nanti diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah. Hal ini juga demi tercapainya tujuan pemerintah untuk menciptakan ekosistem halal dan meningkatkan tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia.

Responden pada penelitian ini hanya mencakup 100 orang yang berdomisili di Jabodetabek, sehingga untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak sampel ataupun memperluas cakupan wilayah sampel penelitian. Penelitian ini juga hanya mencakup responden dengan kriteria pernah menggunakan ataupun belum pernah menggunakan LinkAja Syariah, Sehingga bagi peneliti selanjutnya juga dianjurkan untuk melakukan penelitian pada pengguna nyata (*Actual Use*) dari LinkAja Syariah, agar mengurangi kemungkinan terdapatnya bias pada data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3).
- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Risiko, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek. *Manajemen & Bisnis*, 17(1).
- Afriza, S. (2020). *Analisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Inovasi Teknologi terhadap Minat Penggunaan Go-Pay dalam Persepsktif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan Lampung, Skripsi.
- Ahmad & Pambudi, B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).
- Andriyano, Y. (2014). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1).
- Dharmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, edisi Pertama*. Yogyakarta: BPF.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar (2020). *Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia*. UIN Sunan Gunung Jati.
- Febriansyah, A. H. (2010). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan*. Universitas Sumetara Utara, Skripsi.
- Halim, F., Efendi, Butarbutar, M., Malau, A. R., & Sudirman, A. (2020). Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z. *Proceeding on International Conference of Science Management Art*

Research Technology, 1(1).

- IDN Financials. (2020). *BI Encourages Public to Use Non-Cash Transaction Method*. <https://www.idnfinancials.com/news/32945/encourages-public-non-cash-transaction-method>
- Indriastuti, M., & Wicaksono, R. (2014). Influencers E-money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 4(2).
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Judith, M. P., Theodora, A., Kurnia, E., & Nugraha, D. W. (2020). *Dompot Digital Melaju di Era Pandemi Covid-19*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/11/13/dompot-digital-melaju-di-era-pandemi/>
- Kharismayanti, R. (2012). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Teknologi, Keamanan, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Kajian Pendidikan & Akuntansi Indonesia*, 3(1).
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2). <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- KNEKS. (2020). *Pendidikan Sejak Dini untuk Ekonomi Syariah Indonesia*. <https://knks.go.id/berita/277/pendidikan-sejak-dini-untuk-ekonomi-syariah-indonesia?category=1>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Linkaja. (2020). *LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama di Indonesia*. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-luncurkan-layanan-syariah-pertama-di-indonesia>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Panggalih, R., & Baridwan, Z. (2013). Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Rahayu, R. W. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi terhadap Aplikasi Go Pay dari PT. Go Jek*

Indonesia. Universitas Islam Indonesia, Skripsi.

- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.ID>
- Rodiah, S & Melati, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2).
- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2012). Penerimaan Sistem E-commerce: Pengaruh Manfaat Kepercayaan Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Suhir, M., Suyadi, M., & Riyadi (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Suresh, A. M., & Shashikala, R. (2011). Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India. *3rd International Conference on Information and Financial Engineering*, 12.
- Susilo, W., Ariyanti, M., & Sumrahadi (2017). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri. *E-Proceeding of Management*, 4(1).