

# Determinan Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja

Silahuiddin\*, Maslichah\*\*, Junaidi\*\*\*

[gusmudin739@gmail.com](mailto:gusmudin739@gmail.com)

Universitas Islam Malang

## ABSTRACT

*This study aims to analyze and determines the determinants of public interest in using sharia Link Aja service. This study belongs to quantitative associative research. The sampling technique was carried out using the Slovin formula. There were 100 respondents from the Malang City community who only use sharia Link Aja service. The data was analysed by using multiple linear regression analysis using SPSS 14. The results showed that the perceived usefulness variable (X1) had a positive and significant effect on interest in using (Y), the perceived trust variable (X2) had a positive and significant effect on interest in using (Y), subjective norm variable (X3) had a positive and significant effect on interest in using (Y).*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era generasi millennial membawa pengaruh individu dalam kehidupan bersosialisasi, teknologi informasi membentuk karakter serta kebutuhan hidup setiap individu tidak dapat terpisahkan dengan gaya hidup yang nyaman dalam melakukan aktivitas kesehariannya.

sistem pembayaran telah begitu cepatnya berevolusi ke sistem digital, dimana transaksi dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, hanya dengan menggunakan sebuah gadget. Penerapan teknologi modern dalam layanan keuangan sangatlah membantu masyarakat dalam bertransaksi (Rahma & Inda, 2018).

Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 236, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5945), yang dimaksud dengan dompet elektronik (*Electronic wallet*) adalah layanan elektronik memiliki manfaat untuk menyimpan data instrumen pembayaran seperti alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Bank Indonesia, 2016).

Uang elektronik (*electronic money*) sebagai alternatif kemudahan dan keamanan pada alat pembayaran bagi masyarakat serta dapat menjangkau masyarakat yang belum memiliki rekening bank, jika ditinjau lebih lanjut dari segi syariahnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sudah mengatur secara khusus mengenai uang elektronik (*electronic money*). Hal tersebut dapat di lihat pada Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah dan mekanisme transaksi uang elektronik.

Tidak lepas dari adanya perkembangan teknologi maka tak lepas dari adanya kepercayaan, dimana kepercayaan ini mempengaruhi interaksi dan kepuasan pengguna jasa layanan dompet digital. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan sebagai kesanggupan organisasi untuk dapat menciptakan hubungan dan dapat bergantung pada mitra bisnisnya, yang dipengaruhi oleh faktor interpersonal, integritas, kebaikan maupun kejujuran.

Dalam penggunaan jasa layanan digital seperti e-wallet secara tidak langsung pengguna ingin merasakan dan mengambil nilai pada apa yang digunakan dan mampu membantu kebutuhan konsumen. Hal yang mungkin dirasakan berupa manfaat, kemanfaatan berpengaruh akan anggapan pengguna bahwa jasa layanan yang sedang digunakan memang memiliki nilai positif yang dapat membantu kinerjanya sehingga memudahkan beberapa pekerjaan dan kegiatan kesehariannya. Persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya (Rahmatsyah, 2011).

Dalam hal niat untuk menggunakan selalu ada sisi dimana di pengaruhi oleh faktor lingkungan, salah satunya norma subjektif, dimana persoalan ini merupakan sebuah persepsi yang dimiliki seseorang terkait pandangan orang lain maupun tekanan sosial akan suatu tindakan yang akan atau tidak akan dilakukan. Ketika individu beranggapan bahwa itu merupakan hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain disekitarnya. Norma Subjektif juga menggambarkan sejauh mana masyarakat akan merasakan bahwa orang ataupun pihak lain meyakini dirinya untuk menggunakan Fintech syariah (Vankatesh, 2003).

Muamalah merupakan salah satu bagian dari hukum Islam. Hal ini sesuai dengan pendapat para ahli bahwa hukum muamalah merupakan bagian dari hukum Islam, yaitu hal yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebendaan dan kewajiban. Islam memberikan peluang bagi manusia untuk

melakukan inovasi terhadap berbagai kebutuhan muamalah yang mereka butuhkan dalam kehidupan mereka, yang didasarkan kepada al-Qur'an dan As-Sunnah, atau atas dasar hasil ijtihad yang dibenarkan oleh Islam.

Hingga saat ini Fintek Syariah telah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan (Aldi et, 2020). Layanan Syariah Link Aja diharapkan bermanfaat secara luas dan tidak bersifat eksklusif yang hanya dimanfaatkan umat muslim saja, tapi juga masyarakat secara umum. Sehingga dapat mempercepat inklusi keuangan syariah sebagai alat peningkatan kesejahteraan kualitas hidup masyarakat (Amin, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Determinan Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah Apakah persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, norma subyektif berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

### **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **Tujuan Penelitian**

Menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, norma subyektif terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja

#### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

##### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, pengetahuan, serta memperdalam kajian pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, dan norma subyektif terhadap minat masyarakat menggunakan layanan syariah link aja.

- a. Memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi dalam penelitian dengan topik yang sama.
- b. Memberikan kontribusi bagi bidang ilmu pengetahuan terutama terkait ekonomi digital dan ekonomi keuangan syariah.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Pihak Platform Link Aja

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*). Khususnya bagi pihak perusahaan, untuk mengetahui seberapa dan seefektif layanan.

### b. Bagi Pihak Pengguna

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan dalam memahami fitur-fitur dari penggunaan layanan syariah Link Aja yang diberikan perusahaan serta dapat menambah kualitas implementasi perilaku dan transaksi masyarakat yang sesuai dengan prinsip syariah.

### c. Bagi OJK dan DSN-MUI

Membuat kebijakan dan pengawasan di bidang keuangan digital yang dapat memberikan rasa kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna, serta pengawasan dari DSN-MUI terkait uang elektronik, sehingga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah dan mekanisme transaksi uang elektronik.

## **KERANGKA HIPOTESIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **TAM (*Technology Acceptance Model*)**

Sikap masyarakat atau pengguna terhadap penerimaan teknologi mempengaruhi adanya minat dalam mengadopsi teknologi baru tersebut. TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et, 1989).

### **Persepsi Kemanfaatan**

Persepsi manfaat sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan mobile payment akan meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran (Phontan, 2016). Persepsi manfaat sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan mobile payment akan meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran (Chuang, 2016).

## **Persepsi Kepercayaan**

Pada dasarnya kepercayaan merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan penggunaan yang akan ditetapkan (Sugara, 2017).

## **Norma Subyektif**

Menurut Ferinaldy (2019) Norma Subyektif merupakan pandangan seseorang terhadap keyakinan yang dimiliki orang lain seperti orang tua, saudara, teman yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

## **Minat Menggunakan**

Kotler & Keller (2016) menyatakan minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli, memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

## **Layanan Link Aja**

Produk *E-wallet* Link Aja merupakan aplikasi pengganti T-Cash yang digunakan untuk transaksi pembayaran non tunai berbasis elektronik yang didirikan berdasarkan hasil kolaborasi berbagai jenis usaha BUMN yaitu Himbara (BNI, BRI, BTN, Mandiri), Telkomsel, Pertamina, dan Jiwasraya. Link Aja diluncurkan pada tanggal 22 Februari 2019 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Maret 2019. Bagi pengguna yang sudah menggunakan T-Cash, saldo tersebut otomatis berpindah ke Link Aja dan tidak akan hilang ataupun hangus. Link Aja berada dibawah perusahaan PT Fintek Karya Nusantara (Telkomsel, 2019).

## **Layanan Syariah Link Aja**

Layanan Syariah Link Aja adalah uang elektronik syariah pertama dan satu-satunya di Indonesia yang mendapatkan sertifikat DSN-MUI setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, serta izin pengembangan produk uang elektronik *server-based* dari Bank Indonesia. Di samping itu, Layanan Syariah Link Aja juga menghadirkan beragam produk yang

sesuai dengan akad syariah dengan tidak ada unsur *maisyir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (tambahan), zalim, dan barang tidak halal (Link Aja, 2020).

### **Penelitian Terdahulu**

Inayah (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik pada masyarakat di Purwokerto.

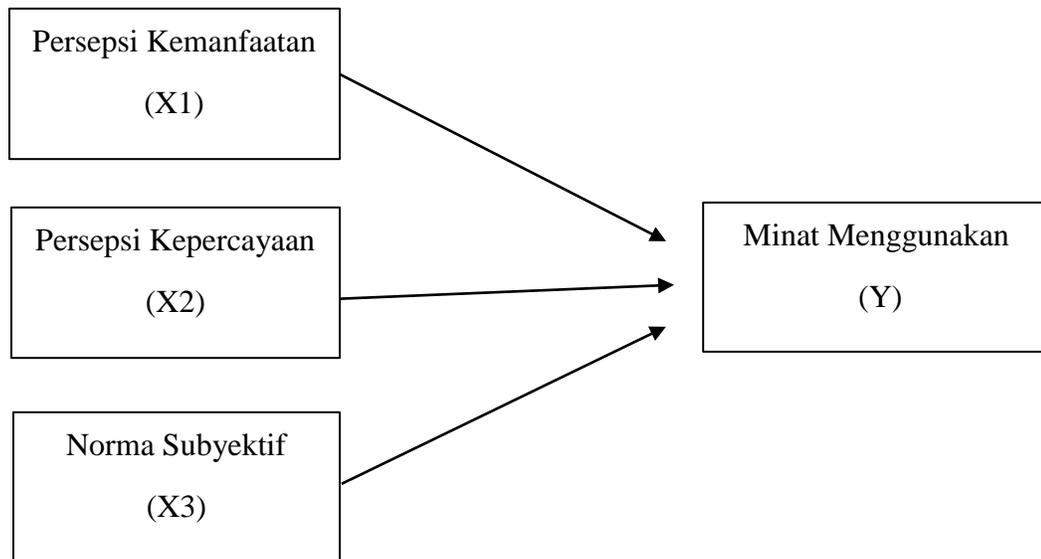
Mira (2020) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat menggunakan Fintech Syariah (Studi Empiris di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat menggunakan Fintech Syariah dipengaruhi oleh faktor Sikap individu terhadap hadirnya Fintech Syariah. Sikap untuk menggunakan Fintech Syariah dipengaruhi juga oleh faktor Persepsi Kegunaan yang dirasakan, Persepsi Kemudahan Menggunakan serta adanya *Sharia Compliance* yang melekat pada Fintech Syariah.

Mahfuroh & Wicaksono (2020) melakukan penelitian dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Financial Technology* Link aja Sebagai Alat Pembayaran Elektronik”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat), *Ease of Use* (kemudahan), *Satisfaction* (kepuasan), dan *Trust* (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan LinkAja. Sedangkan variabel *Trust* terhadap intensi penggunaan LinkAja dan *Satisfied* terhadap *Trust* berpengaruh negatif terhadap intensi penggunaan Link Aja.

Mahdia (2021) melakukan penelitian dengan judul “Determinan Individu Mengadopsi Layanan *E-Payment* (Studi pada Millenials di Kabupaten Gresik)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keuntungan ekonomi, faktor alat pembayaran, faktor informasi, faktor teknis, dan faktor kegunaan berpengaruh positif terhadap adopsi penggunaan *e-payment*.

## Kerangka Konseptual

**Gambar 1: Kerangka Konseptual**



## Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H1 : Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subyektif berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja.
- H1a : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Syariah Link Aja.
- H1b : Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Syariah Link Aja.
- H1b : Norma Subyektif berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Syariah Link Aja.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2021 sampai dengan Nopember 2021.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna Layanan Syariah Link Aja di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Slovin*.

## **METODE ANALISIS DATA**

Metode analisis data yang dipakai dalam riset ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan dukungan program pengerjaan data statistik yaitu SPSS (*Statistic Program for Social Science*). Adapun model regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan layanan Syariah Link Aja

A = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X1 = Persepsi Kemanfaatan

X2 = Persepsi Kepercayaan

X3 = Norma Subyektif

e = *error*

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Kualitas Data

### Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	<i>Pearseon Correlation</i>	Standar	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,825	0,1966	Valid
	X1.2	0,749	0,1966	Valid
	X1.3	0,791	0,1966	Valid
	X1.4	0,777	0,1966	Valid
Persepsi Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,835	0,1966	Valid
	X2.2	0,811	0,1966	Valid
	X2.3	0,868	0,1966	Valid
	X2.4	0,745	0,1966	Valid
Norma Subyektif (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,845	0,1966	Valid
	X3.2	0,817	0,1966	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,723	0,1966	Valid
	Y.2	0,835	0,1966	Valid
	Y.3	0,780	0,1966	Valid

Berdasarkan hasil dari uji validitas, maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Variabel Kemanfaatan (X<sub>1</sub>) terdiri dari 4 item pertanyaan dengan nilai r hitung terkecil 0,749 dan nilai r hitung tertinggi 0,825. Nilai r hitung terkecil sampai dengan tertinggi > r tabel sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan variabel Kemanfaatan valid.
2. Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>) terdiri dari 4 item pertanyaan dengan nilai r hitung terendah 0,745 dan nilai r hitung tertinggi 0,868. Nilai r hitung terendah sampai dengan tertinggi > r tabel sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan variabel Kepercayaan valid.
3. Variabel Norma Subyektif (X<sub>3</sub>) terdiri dari 2 item pertanyaan dengan nilai r hitung terendah 0,817 dan nilai r hitung tertinggi 0,845. Nilai r hitung terendah sampai dengan tertinggi > r tabel sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan variabel Norma Subyektif valid.
4. Variabel Minat Masyarakat Pengguna Layanan Syariah LinkAja (Y) terdiri dari 3 item pertanyaan dengan nilai r hitung terendah 0,723 dan nilai r hitung tertinggi 0,835. Nilai r hitung terendah sampai dengan

tertinggi > r tabel sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan variabel Minat Masyarakat valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
X <sub>1</sub>	0,791	0,60	Reliabel
X <sub>2</sub>	0,830	0,60	Reliabel
X <sub>3</sub>	0,652	0,60	Reliabel
Y	0,676	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel persepsi kemanfaatan (X1) sebesar 0,791, variabel persepsi kepercayaan (X2) sebesar 0,830, variabel norma subyektif (X3) sebesar 0,652, dan variabel minat menggunakan (Y) sebesar 0,676. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner penelitian ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

### Uji Normalitas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

		Kemanfaatan	Kepercayaan	Nor.Subyektif	Minat
N		100	100	100	100
Normal Parameters(a,b)	Mean	16,3600	16,4200	8,5700	12,1600
	Std. Deviation	2,41427	2,72356	1,11242	1,75649
Most Extreme Differences	Absolute	,186	,194	,231	,263
	Positive	,186	,194	,231	,263
	Negative	-,139	-,154	-,206	-,257
Kolmogorov-Smirnov Z		,932	,969	1,156	1,314
Asymp. Sig. (2-tailed)		,351	,305	,138	,063

Berdasarkan hasil tabel dapat diketahui hasil uji normalitas pada variabel Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan dan Norma Subyektif menunjukkan bahwa nilai signifikansi > 0,05.

## UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,245	,843		,291	,772		
	Kemanfaatan	,423	,055	,549	7,673	,000	,573	1,746
	Kepercayaan	,186	,053	,272	3,513	,001	,487	2,054
	Nor.Subyektif	,242	,120	,145	2,014	,047	,568	1,760

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas tabel, dapat diketahui:

1. Variabel Kemanfaatan (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,746 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,573. Hal ini menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ , jadi dapat dijelaskan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan terbebas dari masalah multikolinearitas.
2. Variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai VIF sebesar 2,054 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,487. Hal ini menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ , jadi dapat dijelaskan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan terbebas dari masalah multikolinearitas.
3. Variabel Norma Subyektif (X3) memiliki nilai VIF sebesar 1,760 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,568. Hal ini menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ , jadi dapat dijelaskan bahwa variabel Norma Subyektif terbebas dari masalah multikolinearitas.

Maka dari data diatas dapat disimpulkan variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,1$ , Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel bebas.

## Uji Heterokedastisitas

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8,811	12,041		-,732	,466
	Kemanfaatan	-,377	,788	-,064	-,478	,633
	Kepercayaan	-,109	,757	-,021	-,144	,886
	Nor.Subyektif	2,211	1,716	,173	1,289	,201

Berdasarkan hasil tabel, dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi karena nilai signifikansi masing-masing variabel bebas adalah  $> 0,05$ .

## UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,245	,843		,291	,772
	Kemanfaatan	,423	,055	,549	7,673	,000
	Kepercayaan	,186	,053	,272	3,513	,001
	Nor.Subyektif	,242	,120	,145	2,014	,047

Dari tabel diatas dapat diketahui persamaan linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$\text{Minat} = 0,245 + 0,423X_1 - 0,186X_2 + 0,242X_3 + e$$

(Sig. 0,000) (Sig. 0,001) (Sig. 0,047)

Keterangan:

- Y = Minat Menggunakan
- X1 = Persepsi Kemanfaatan
- X2 = Persepsi Kepercayaan
- X3 = Norma Subyektif
- $\alpha$  = konstanta
- $\beta$  = koefisien regresi
- e = eror (tingkat kesalahan)

## UJI HIPOTESIS

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 7 Hasil Uji F**

#### **Anova (b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246,271	3	82,090	81,819	,000(a)
	Residual	96,319	96	1,003		
	Total	342,590	99			

Berdasarkan tabel di atas yaitu output SPSS “anova” dapat diketahui bahwa Fhitung sebesar 81,819 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian berdasarkan hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan dan Norma Subyektif berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848(a)	,719	,710	1,00166

Pada tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,710 atau 71,0% hal ini menunjukkan bahwa variasi Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja dapat dijelaskan dengan variasi dari ketiga variabel independen yaitu Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Norma Subyektif. Sedangkan 29,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan oleh penelitian ini.

## Uji Parsial (t)

**Tabel 9 Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,245	,843		,291	,772
	Kemanfaatan	,423	,055	,549	7,673	,000
	Kepercayaan	,186	,053	,272	3,513	,001
	Nor.Subyektif	,242	,120	,145	2,014	,047

Berdasarkan tabel hasil uji t dapat di analisa sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

Variabel  $X_1$  (Persepsi Kemanfaatan) memiliki statistik uji t sebesar 7,673 dengan signifikansi sebesar 0,000 kurang dari  $\alpha$  (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  (Persepsi Kemanfaatan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja. Artinya semakin tingginya persepsi kemanfaatan yang diperoleh dari masyarakat maka akan meningkatkan juga minat masyarakat dalam menggunakan Layanan Syariah Link Aja. Hal ini menunjukkan bahwa Layanan Syariah Link Aja yang ditawarkan dinilai baik oleh masyarakat. Dalam penelitian ini minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja dapat diketahui apabila seorang masyarakat merasa dalam menggunakan uang elektronik Layanan Syariah Link Aja tersebut mendapatkan kemudahan serta kemanfaatan dan berguna untuk masyarakat yang sangat membantu dalam kegiatan transaksi keuangan yang bisa dilakukan kapan pun dan dimanapun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Inayah (2020), Mira (2020), (Mahdia, 2021).

2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

Variabel  $X_3$  (Norma Subyektif) memiliki statistik uji t sebesar 2,014 dengan signifikansi sebesar 0,047 kurang dari  $\alpha$  (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{1c}$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_3$  (Norma Subyektif) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Hal ini menunjukkan bahwa norma subyektif mempengaruhi sikap seseorang dalam melakukan suatu

hal, dimana keputusan berdasarkan pengaruh ajakan atau sikap mempengaruhi sehingga timbul intensi untuk menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Faktor lingkungan, keluarga, dan tempat bekerja mendasari akan keinginan seseorang untuk memutuskan menggunakan uang elektronik Layanan Syariah LinkAja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mira (2020).

3. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

Variabel  $X_2$  (Persepsi Kepercayaan) memiliki statistik uji t sebesar 3,513 dengan signifikan sebesar 0,001 kurang dari  $\alpha$  (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{1b}$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$  (Persepsi Kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Artinya bahwa sikap kepercayaan yang diberikan masyarakat terhadap sistem uang elektronik sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* Layanan Syariah LinkAja telah memberikan dan menunjukkan kinerja serta performa terbaiknya dalam penggunaan berbagai macam transaksi yang dilakukan oleh penggunanya karena layanan yang diberikan mampu memberi katalis positif bagi masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahfuroh & Wicaksono (2020).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

### **Keterbatasan**

1. Dalam penelitian populasi yang digunakan terbatas pada masyarakat Kota Malang saja, yang mana populasi tersebut belum semuanya pengguna Layanan Syariah Link Aja, sehingga belum dapat menjelaskan secara detail bagaimana dan seberapa banyak intensi masyarakat yang telah menggunakan Layanan Syariah Link Aja.

2. Masih terdapat banyak variabel yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi minat masyarakat, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan dan norma subyektif sebagai variabel independen serta satu variabel dependen, yaitu minat pengguna.
3. Dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dalam hal data pengguna layanan *e-money*, salah satunya yakni *e-money* syariah, serta perlunya informasi, edukasi, pemasaran yang *intens* dari lembaga terkait seperti OJK, DSN-MUI, dan platform Link Aja.

### **Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan dan memperluas jumlah populasi dan sampel, sehingga di dapatkan responden dengan jawaban dan asumsi yang lebih luas terkait Layanan Syariah Link Aja. Karena masih banyak ditemui beberapa responden yang belum tahu dan mengerti tentang Layanan Syariah Link Aja serta fitur dan manfaat apa saja yang akan didapat dari menggunakan Layanan Syariah Link Aja.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu adanya penambahan variabel-variabel agar mampu menjelaskan lebih detail dan rinci lagi terkait penggunaan *e-money* syariah yaitu Layanan Syariah Link Aja. Variabel tersebut antara lain yaitu persepsi risiko, kepatuhan syariah, persepsi kegunaan, pengetahuan produk, serta peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan jenis dan metode penelitian yang lainnya. Sehingga mampu memberikan lebih banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi khususnya Layanan Syariah Link Aja.
3. Bagi perusahaan Link Aja, Otoritas Jasa Keuangan dan Dewan Pengawas Syariah, sebagai pihak yang berperan demi berjalannya teknologi layanan keuangan berbasis syariah ini agar dapat memberikan edukasi dan sosialisasi terkait *e-money* syariah kepada masyarakat secara luas. Hal ini karena disebabkan masih banyaknya responden yang belum mengetahui dan mengerti terkait Layanan Syariah Link Aja. Sedangkan Layanan Syariah Link Aja merupakan hal baru di Indonesia dan telah menjadi pioner layanan *e-money* berbasis syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldi et, A. (2020, July). fintek berikan kemudahan dalam akselerasi pertumbuhan keuangan syariah. *Knks.Go.Id*.
- Amin. (2020). *Bangun Ekosistem Digital Syariah, KNEKS Ajak Layanan LinkAja Syariah Bersinergi*.
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51. [https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi\\_184016.aspx](https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx)
- Chuang, & K. (2016). The adoption of Fintech service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 01–15.
- Davis et, al. (1989). *Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*. *MIS Quarterly*.
- Ferinaldy, et al. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif , Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222.
- Inayah. (2020). “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)*.”
- Kotler & Keller. (2012). *manajemen pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Fifteenth Edition*. Pearson Education.
- LinkAja. (2020). *LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama di Indonesia*. LinkAja.
- Mahdia. (2021). DETERMINAN INDIVIDU MENGADOPSI LAYANAN E-PAYMENT. *Determinan Individu Mengadopsi Layanan E-Payment (Studi Pada Millenials Di Kabupaten Gresik)*, 08.
- Mahfuroh, R., & Wicaksono, A. P. (2020). *FINANCIAL TECHNOLOGY LINKAJA SEBAGAI ALAT*. 3(November), 160–173. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i2>
- Mira. (2020). FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FINTECH SYARIAH. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 465, 106–111.
- Phontan, et al. (2016). An Investigation Of Mobile Payment (m-Payment) Services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1).
- Rahma & Inda. (2018). persepsi masyarakat kota medan terhadap penggunaan financial technology (fintech). *At-Tawassuth*, 03(01).

- Rahmatsyah. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: E-Money Kartu Flazz BCA). In *Universitas Indonesia*. Universitas Indonesia.
- Sugara. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8–15.
- Telkomsel. (2019). *TCASH Efektif Berubah Menjadi LinkAja pada 22 Februari 2019*. Telkomsel.
- Vankatesh, et. al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 23(3), 425–478.