

Pendekatan TAM dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta

Fuad Hasyim

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta
Email: fuad.hasyim@staff-uinsaid.ac.id

Rya Addela

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta

Novia Gita Rahmawati

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta

Received: 9 April 2023, Accepted: 21 May 2023, Published: 25 May 2023

ABSTRACT

In this digital era, people are required to transform using e-payments. However, not all levels of society have adapted to digitalization of payments. This study aims to analyze the effect of ease of use, usefulness, and religiosity on the decision to use LinkAja Syariah. This research is a primary quantitative research. The sampling technique was carried out using purposive sampling with convenience sampling. Respondents were obtained by 123 users of the LinkAja Syariah application in the Surakarta area. Data analysis technique using multiple linear regression analysis. The results showed that the usefulness and religiosity variables had an effect on the decision to use LinkAja Syariah in the Surakarta community, while ease of use variables had no effect.

Keywords; TAM, Ease of Use, Usefulness, Religiosity, LinkAja Syariah

ABSTRAK

Di era digital ini, masyarakat dituntut untuk bertransformasi menggunakan e-payment. Namun, tidak semua lapisan masyarakat telah beradaptasi dengan digitalisasi pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kegunaan, dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan LinkAja Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif primer. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan convenience sampling. Responden didapatkan sebanyak 123 pengguna aplikasi LinkAja Syariah di wilayah Surakarta. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegunaan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada masyarakat Surakarta, sementara variabel kemudahan tidak berpengaruh.

Kata kunci: TAM, Kemudahan, Kegunaan, Religiusitas, LinkAja Syariah

PENDAHULUAN

Setiap orang perlu bersiap dengan munculnya teknologi baru karena zaman berkembang semakin pesat dan canggih. Setiap orang mendapat manfaat dari perkembangan teknologi baru, terutama mereka yang berada di sektor keuangan yang sangat membantu dalam mengatasi berbagai tuntutan sosial (Ulansari, 2021). Pertumbuhan jaringan internet dan kemajuan teknologi mendukung perkembangan produk keuangan digital. Hal ini ditunjukkan dengan tersedianya kemajuan teknologi keuangan terbaru, yang dikenal sebagai *financial technology* atau *fintech*.

Fintech payment hadir dalam berbagai bentuk, termasuk pembayaran *e-commerce*, *mobile banking*, *e-money* dan *e-wallet*. Gopay, OVO, LinkAja, m-BCA, Mandiri *e-money* dll tersebut adalah contoh digitalisasi pembayaran berbasis *financial technology* (Septriana, 2019). Hal ini diusung oleh Bank Indonesia (BI) sebagai bagian dari tujuannya untuk membantu mendorong *Cash Less Society* yang bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi. Menurut kajian Widiyanti (2020), terdapat sekitar 38 aplikasi dompet digital yang tercatat pada Bank Indonesia, dan perusahaan lokal menguasai mayoritas pasar *e-wallet*. Menurut survei Latief & Dirwan(2020), ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja menjadi lima besar kompetitor dompet digital. Menurut Indrarini & Samsuri (2022), lebih banyak orang telah menggunakan dompet digital pada tahun 2021 akibat pandemi Covid-19.

LinkAja memperlihatkan pertumbuhan pengguna terbesar di antara semua dompet digital selama PPKM, dengan volume transaksi dua kali lipat dari tahun 2020 (Nadhilah et al., 2021). LinkAja merupakan produk unggulan PT Fintek Karya Nusantara dimana berposisi sebagai mata uang elektronik nasional berbasis server. LinkAja merupakan sarana *e-payment* yang dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi, termasuk pembelian pulsa atau data, pembayaran tagihan, pengiriman donasi, pembayaran asuransi, dan pengajuan pinjaman (LinkAja, 2020). LinkAja telah mendapat izin dari Bank Indonesia sebagai perusahaan penerbit elektronik dan penyedia jasa keuangan digital berbadan hukum dengan izin No. 21/65/DKSP/Srt/B yang diterbitkan pada tanggal 21 Februari 2019.(LinkAja, 2020).

Menariknya, selain LinkAja yang berbasis pada transaksi konvensional, juga menyediakan fitur LinkAja Syariah sebagai menu unggulan *fintech* kategori *e-wallet* berbasis syariah pertama. LinkAja Syariah diperkenalkan pertama kali oleh LinkAja pada tanggal 14 April 2020 (LinkAja, 2020). LinkAja Syariah terdapat berbagai layanan pembayaran sesuai dengan standar syariah. Adanya fitur layanan ini membantu Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Islam dalam mengimplementasikan Masterplan Ekonomi Islam. Menyusul terbitnya Fatwa DSN-MUI No.116/DSNMUI/IX/2017 mengenai *e-payment* syariah, LinkAja Syariah juga memperoleh sertifikat DSN MUI dan persetujuan dari Bank Indonesia untuk membuat produk *e-payment* berbasis server. Jasa LinkAja Syariah memudahkan pembelian barang halal secara online dan pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf (ZISWAF), dan kontribusi sosial Islam lainnya (LinkAja, 2020).

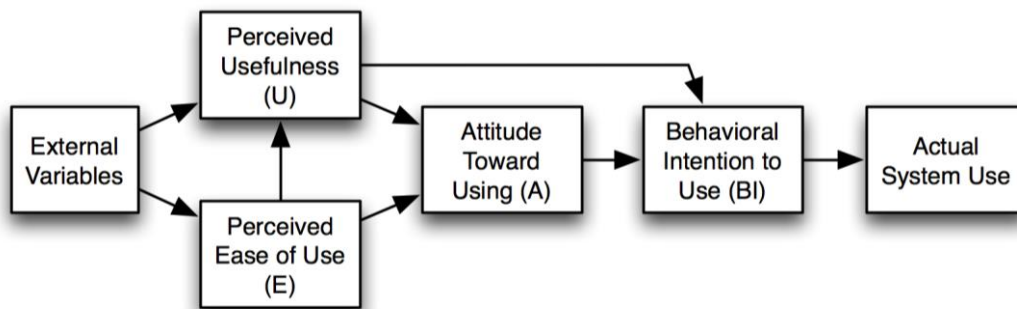
Meskipun muncul sebagai *e-wallet* pertama berbasis syariah, pengguna LinkAja syariah masih cukup minim. LinkAja pada tahun 2022 membukukan catatan 84 juta pengguna aktif (Rahardyan, 2022). Akan tetapi, pengguna LinkAja Syariah baru memperoleh 6,6 juta pengguna selama 2 tahun (Puspaningtyas, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat

dalam penggunaan *fintech* syariah seperti Link Aja Syariah. Tentunya hal ini sangat berkaitan dengan LinkAja Syariah sebagai bagian dari *fintech*, sehingga penelitian ini memfokuskan pada aspek platform teknologi yang digunakan. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) lebih cocok untuk menjadi *benchmark* dalam menganalisis penerimaan teknologi (Alalwan et al., 2017; Bharata & Widyaningrum, 2020; Hasyim, 2019).

Davis (1989) memperkenalkan model *Technology Acceptance Model* (TAM), yang digunakan oleh banyak peneliti untuk mempelajari dan memahami elemen-elemen yang membawa dampak dalam penerimaan penggunaan teknologi baru. Model TAM menggambarkan bagaimana teknologi akan diterima oleh pengguna. Davis (1989) memanfaatkan TAM untuk menggambarkan bagaimana orang menggunakan teknologi. Intensi TAM guna mengklarifikasi penyebab yang mempengaruhi adopsi teknologi untuk lebih memahami perilaku pengguna dalam kaitannya dengan bermacam teknologi pemecahan masalah penelitian.

Model TAM, yang dibuat oleh pengguna berdasarkan teori psikologi, menggambarkan bagaimana teknologi berperilaku terkait dengan keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan perilaku pengguna (*usage behavior*). TAM terutama mengevaluasi utilitas yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Kedua faktor ini akan menentukan minat dan keputusan penggunaan seseorang saat menggunakan suatu teknologi. Variabel eksternal adalah elemen yang mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) suatu teknologi yang dirasakan oleh pengguna. TAM telah menjalani pengujian sebagai standar untuk tujuan pengguna dan pola penggunaan. Model ini menggunakan dua variabel yang memengaruhi perilaku setiap pengguna yakni kemudahan dan kegunaan. Penelitian ini memodifikasi TAM dengan menambah variabel religiusitas dan keputusan penggunaan sebagai variabel dependennya.

Gambar 1. Model Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Davis (1989)

Peter & Olson (2013) menyatakan keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan dan evaluasi pilihan. Pilihan kognitif yang mencerminkan intensitas aktivitas merupakan hasil akhir dari proses integrasi. Sebuah rencana untuk terlibat dalam satu atau lebih kegiatan disebut sebagai intensi perilaku. Indikator keputusan penggunaan menurut (Kotler, 2001) yaitu: kemantapan, kebiasaan menggunakan, rekomendasi dan penggunaan ulang.

Kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat kepercayaan konsumen mengenai kemudahan dalam penggunaan system. Salah satu penelitian mengenai layanan

Linkaja yang dilakukan oleh Hasanah et al., (2021) mengenai variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan layanan syariah secara langsung mempengaruhi minat, sehingga semakin besar persepsi kemudahan penggunaan, semakin besar pula minat dalam memanfaatkannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Susilawaty & Wilson (2021), persepsi kemudahan penggunaan secara positif mempengaruhi minat dalam memanfaatkan media sosial.

Tak hanya *perceived ease of use*, kegunaan (*perceived usefulness*) juga menjadi faktor penentu bagi pengguna layanan *mobile payment*. *Perceived usefulness* adalah derajat keyakinan konsumen mengenai suatu sistem memiliki kebergunaan terhadap teknologi dapat meningkatkan kinerja dengan meminimalisir waktu dan memastikan ketepatan. Intensi masyarakat menggunakan *mobile payment* dipengaruhi salah satunya oleh *perceived usefulness*. Berdasarkan temuan Gefen et al., (2021) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

Sistem teknologi LinkAja Syariah memiliki banyak kegunaan dan keuntungan yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya sehingga mampu meningkatkan persepsi kegunaannya. Salah satu kelebihan adalah dapat mempercepat pekerjaan pengguna sehingga lebih menghemat waktu. Keunggulan lainnya adalah dengan menggunakan LinkAja memiliki teknologi sistem yang memudahkan pengguna untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai sehingga meminimalisir kegagalan saat menggunakan. Berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Silahun (2020) bahwa faktor-faktor seperti kegunaan memiliki dampak positif terhadap keinginan masyarakat dalam menggunakan layanan syariah LinkAja.

Selain faktor yang terdapat pada model TAM, religiusitas juga menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan atau menjadi nilai jual pada tiap individu, terutama umat muslim. Menurut Latief & Dirwan (2020), religiusitas merupakan sebuah kesatuan berupa keyakinan ataupun kepercayaan mengenai hubungan antara individu dengan Tuhannya, yang juga terikat pada sikap dan perilaku serta melakukan segala kegiatan yang telah diajarkan dalam keyakinan tersebut. Religiusitas seseorang adalah keadaan yang memotivasi dia untuk bertindak dengan cara yang mencerminkan betapa patuhnya seseorang dalam menganut keyakinannya. Seseorang yang memiliki nilai religiusitas yang baik, akan selektif dalam berperilaku. Salah satunya cenderung memilih produk yang tidak bertentangan dengan syariat seperti lebih memilih produk berbasis syariah daripada konvensional dalam menunjang aktifitasnya. Menurut penelitian Kurniawati et al. (2020); Romdhoni & Sari (2018) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

LinkAja Syariah dalam konteks religiusitas telah memberlakukan sistem yang sesuai syariat dalam layanan yang diberikan. Sehingga memungkinkan bagi masyarakat muslim untuk tidak ragu dalam menggunakannya. Menurut penelitian yang dilakukan Meliani et al. (2021) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap pembelian barang. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik seseorang dalam memeluk agama, maka akan cenderung menghindari perkara syubhat sehingga memilih perilaku yang jelas seperti transaksi yang halal dengan memberlakukan mekanisme syariah dalam pengelolaannya.

METODE

Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dengan tautan google form yang telah disediakan. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengambilan data jika dilakukan secara langsung (*offline*). Kriteria responden merupakan masyarakat kota Surakarta yang telah menggunakan layanan LinkAja Syariah. Sementara rumus *Slovin* digunakan untuk menentukan jumlah responden. Adapun hasil minimal responden diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

n = sampel

N = populasi

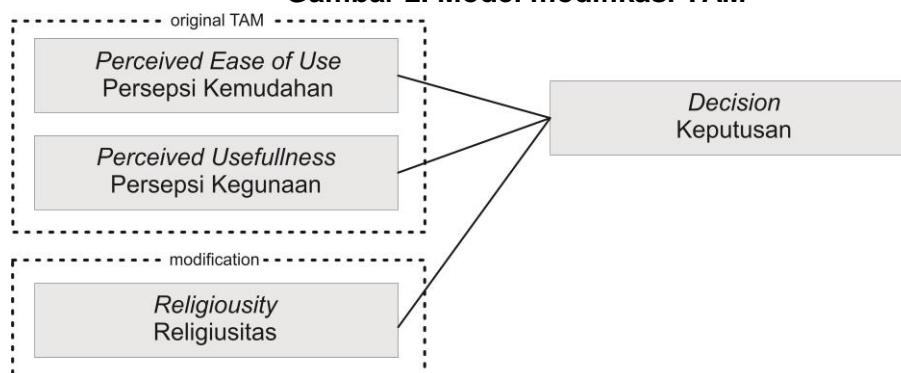
e = error

Pada penelitian ini ukuran populasi adalah dan tingkat error 10% (0,1). Maka dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{522.728}{1 + 522.728 \cdot (0.1)^2} = 99.9807$$

Pada perhitungan sampel diatas didapatkan bahwa sampel sejumlah 99,9 sehingga dibulatkan menjadi minimal 100 responden. Model penelitian menggunakan modifikasi TAM. Adapun model disajikan sebagai berikut:

Gambar 2. Model modifikasi TAM



Sumber: Data diolah (2023)

Persamaan regresi linear berganda:

$$\text{Keputusan} = \alpha + \beta_1 \text{Kemudahan} + \beta_2 \text{Kegunaan} + \beta_3 \text{Religiusitas} + e$$

Pengukuran data menggunakan skala likert dengan sistem 4 pembagian skor. Skala likert dengan empat kemungkinan skor terdiri dari skor 1 untuk sangat tidak setuju hingga skor 4 untuk sangat setuju. Selanjutnya dilakukan beberapa rangkaian pengujian yang terdiri dari uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik yakni normalitas, multikolinieritas,

heteroskedastisitas dan analisis regresi yang terdiri dari pengukuran koefisien determinasi dan uji signifikansi (F/ simultan dan t/ parsial).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh sampel sebanyak 123 responden pada penduduk Kota Surakarta. Berikut adalah informasi data responden berdasar hasil penyebaran kuesioner:

Tabel 1. Profil Responden

Informasi	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-Laki	51 orang
	Perempuan	72 orang
Usia	15 – 20	36 orang
	21 – 30	79 orang
	31 Tahun Keatas	8 orang
Status	Pelajar	5 orang
	Mahasiswa	50 orang
	Pekerja	63 orang
	Wiraswasta	1 orang
	Pedagang	1 orang
	PNS	4 orang

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk untuk mengukur keabsahan atau valid tidaknya suatu kuesioner (Hasyim, 2021). Pengujian dilakukan dengan membandingkan derajat kebebasan (df) = n-2 dengan alpha 0,05 dan r hitung > r tabel.

Tabel 2. Validitas

Variabel	Item	Validitas	r tabel
Kemudahan	X1_1	0.752	0.1771
	X1_2	0.759	0.1771
	X1_3	0.742	0.1771
	X1_4	0.647	0.1771
	X1_5	0.842	0.1771
	X1_6	0.807	0.1771
Kegunaan	X2_1	0.815	0.1771
	X2_2	0.735	0.1771
	X2_3	0.784	0.1771
	X2_4	0.778	0.1771

	X2_5	0.696	0.1771
	X2_6	0.833	0.1771
Religiusitas	X3_1	0.832	0.1771
	X3_2	0.793	0.1771
	X3_3	0.729	0.1771
	X3_4	0.806	0.1771
Keputusan Penggunaan	Y_1	0.713	0.1771
	Y_2	0.648	0.1771
	Y_3	0.748	0.1771

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 2 yang menunjukkan bahwa nilai r hitung $> r$ tabel (0,1771). Kesimpulan diperoleh bahwa setiap item pertanyaan bersifat valid.

Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukan uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi pernyataan kuesioner penelitian ketika digunakan untuk menilai kondisi yang sama di berbagai lokasi. Menurut Purwono et al. (2021), penelitian ini dikatakan kredibel jika indikator-indikator tersebut memiliki nilai konsistensi internal yang tinggi dalam uji reliabilitas, khususnya dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel 3. Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan (PEoU)	0.851	Reliabel/ Handal
Kegunaan (PU)	0.865	Reliabel/ Handal
Religiusitas (REL)	0.798	Reliabel/ Handal
Keputusan Penggunaan (DEC)	0.694	Reliabel/ Handal

Berdasarkan tabel diatas, *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel adalah lebih dari 0,60. Kesimpulan diperoleh bahwa asersi dalam kuesioner bisa dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda yang berdasarkan Ordinary Least Squares (OLS) untuk mencapai BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*). Tujuannya adalah agar memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model terbaik, dari segi akurasi estimasi, tidak bias dan konsisten, perlu dilakukan pengujian hipotesis klasik (Hasyim, 2021). Setidaknya dalam penelitian data primer harus memenuhi syarat uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Menurut Hasyim (2021), uji normalitas digunakan untuk melihat dan mengevaluasi apakah variabel residual atau *confounding* dalam suatu regresi memiliki distribusi normal. Untuk mempelajari hasil tes Kolmogorov-Smirnov. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, distribusi dianggap normal.

**Tabel 4. Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16232858
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.066
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4 disimpulkan bahwa data berdistribusi normal sebab nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas sebesar 0,200 (di atas 0,05).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara dua variabel bebas. Regresi yang baik adalah ketika tidak ada hubungan (korelasi) antar variabel bebas. Tabel berikut menunjukkan hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 5. Multikolinearitas

Model (Konstan)	Tolerance	VIF
Kemudahan (PEoU)	0.362	2.763
Kegunaan (PU)	0.361	2.773
Religiusitas (REL)	0.461	2.168

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 5, membuktikan nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka secara umum dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hasyim (2021), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui dan mengevaluasi apakah terjadi kesamaan *varians* dari residual terhadap pandangan lain dalam bentuk regresi yang sedang berjalan. Jika anggapan ini salah, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Data tidak bermasalah dengan heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Tabel 6. Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.270	.458		2.773	.006
	Kemudahan (PEoU)	-.014	.034	-.060	-.403	.688
	Kegunaan (PU)	.042	.036	.179	1.190	.237
	Religiusitas (REL)	-.075	.047	-.212	-1.597	.113

a. Dependent Variable: Abs_res

Berdasarkan nilai signifikansi masing-masing variabel untuk uji heteroskedastisitas pada tabel 6 lebih besar dari 0,05, maka secara umum bisa dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk memperoleh informasi sejauh mana kontribusi variabel independen terhadap variable dependen. Adapun hasil pengujian disajikan sebagai berikut:

Tabel 7. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.592	1.177

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.592. Hal inidapat dijelaskan bahwa variabel kemudahan (X_1), Kegunaan (X_2) dan religisitas (X_3) memberikan pengaruh sebesar 59.2% terhadap Y dan sisanya 40.8% merupakan kontribusi unsur lain diluar variabel penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh efek bersama seluruh variabel independen terhadap dependennya. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan pengaruh yang simultan (*simultaneously*).

Tabel 8. Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.193	3	83.064	59.971	.000 ^b
	Residual	164.823	119	1.385		

Total	414.016	122			
-------	---------	-----	--	--	--

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Hasil uji F pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai F hitung dan signifikansi berturut-turut adalah 59,971 dan 0,000. F hitung melebihi F tabel, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh bersama (simultan) antara variabel independent dengan variabel dependennya. Nilai signifikansi diperoleh $0,00 < 0,05$, sehingga konsisten bahwa terdapat pengaruh antara faktor kemudahan, kegunaan, dan religiusitas terhadap keputusan penggunaan.

Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk memastikan bagaimana setiap variabel akan memiliki dampak terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidaknya dengan melihat signifikansi dari t hitung. Hasil dari analisis data menggunakan teknik regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebagai berikut :

**Tabel 9. Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.216	.732		4.393	.000
	Kemudahan (PEoU)	.071	.054	.126	1.311	.192
	Kegunaan (PU)	.203	.057	.344	3.575	.001
	Religiusitas (REL)	.341	.075	.387	4.542	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pada table regresi ,inear berganda didapatkan model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Keputusan} = 3.216 + 0.071_{\text{Kemudahan}} + 0.203_{\text{Kegunaan}} + 0.341_{\text{Religiusitas}} + e$$

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Kota Surakarta

Menurut hasil pengujian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,311 sementara t tabel sebesar 1,984 ($t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$). Sementara nilai signifikansi sebesar 0,192 ($\text{sig.} > 0,05$), sehingga membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada masyarakat di kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak.

Menurut Davis (1989), kemudahan adalah tingkat atau keadaan di mana seseorang merasa bahwa tidak ada upaya yang diperlukan untuk menggunakan sistem tertentu (*free off effort*). Davis (1989) memberikan beberapa indikator mengenai persepsi kemudahan yaitu mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah terampil/mahir

serta mudah digunakan. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada masyarakat Kota Surakarta dibuktikan berdasarkan pendapat responden yang memberikan tanggapan bahwa penggunaan aplikasi LinkAja Syariah masih menimbulkan kebingungan dan sistem masih sulit dipahami. Sehingga asumsi indikator mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami belum berjalan optimal pada penggunaan LinkAja syariah. Penyebab utamanya adalah LinkAja Syariah masih terintegrasi dengan LinkAja Konvensional (sebatas fitur tambahan), sehingga masyarakat cenderung mengabaikan keberadaannya, karena dirasa *ribet* dalam pengoperasiannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kalinic et al., (2020) bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan.

Pengaruh Kegunaan terhadap Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Kota Surakarta

Menurut hasil pengujian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,575 sementara t tabel sebesar 1,984 (t hitung $>$ t tabel). Sementara nilai signifikansi sebesar 0,001 (sig. $<$ 0,05), sehingga membuktikan bahwa terdapat pengaruh kegunaan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada masyarakat di kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Davis (1989) menjelaskan persepsi kegunaan diklarifikasikan sejauh mana seseorang merasa percaya sampai menggunakan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Indikator yang disampaikan Davis (1989) mengenai persepsi kegunaan yaitu: mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektivitas, mempermudah pekerjaan dan bermanfaat.

Hasil menunjukkan bahwa LinkAja Syariah ternyata mampu meningkatkan efektivitas dan memberi benefit yang baik ke penggunanya. Selain itu, kegunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada masyarakat Kota Surakarta dibuktikan berdasarkan pendapat responden yang memberikan tanggapan bahwa aplikasi LinkAja Syariah dapat diakses diberbagai *smartphone* dimanapun dan kapanpun (efektif dan efisien) sehingga mampu meningkatkan produktifitas dan kinerja (bermanfaat dalam transaksi). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Silahudin (2020) dimana variabel kegunaan diterima terhadap keputusan penggunaan layanan syariah LinkAja.

Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Kota Surakarta

Menurut hasil pengujian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,542 sementara t tabel sebesar 1,984 (t hitung $>$ t tabel). Sementara nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. $<$ 0,05), sehingga membuktikan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada masyarakat di kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Religiusitas adalah perilaku keagamaan berupa penghayatan terhadap nilai-nilai agama, yang dibentuk tidak hanya oleh ketaatan dalam ibadah ritual, tetapi juga oleh

keyakinan, pengalaman, dan pengetahuan tentang agama yang dianutnya. Religiusitas dapat diukur atau diamati sebagai variabel kontinyu dan dapat diklasifikasikan sebagai religius atau kurang religius atau non-religius. Indikator religiusitas menurut Prasetyo & Anitra (2020) yakni keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan konsekuensi.

Hasil menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh atas keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada masyarakat kota surakarta. Hal ini dibuktikan berdasarkan pendapat responden yang memberikan tanggapan bahwa aplikasi LinkAja Syariah sesuai dengan ajaran islam serta sistem LinkAja Syariah dirasa lebih baik dan adil. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Jasin (2021) bahwa religiusitas berpengaruh terhadap intensi menggunakan. Semakin religius seseorang dalam aspek dalam kehidupannya, maka semakin tinggi perasaan mereka untuk menggunakan berbagai produk serta layanan yang sejalan dengan syariat Islam.

SIMPULAN

Pada era digital ini masyarakat dituntut untuk bertransformasi menggunakan *e-payment*. Akan tetapi, belum semua lapisan masyarakat melakukan adaptasi dengan digitalisasi pembayaran. Penelitian ini menyimpulkan pertama, variabel kemudahan tidak diterima atau tidak relevan pada keputusan penggunaan. Situasi ini membuktikan jika pelanggan layanan LinkAja Syariah merasa kesulitan dalam melakukan akses terhadap fitur layanan. LinkAja Syariah hanya sebatas fitur layanan tambahan yang terintegrasi dalam aplikasi LinkAja konvensional, sehingga sifatnya hanya sebatas opsional pengguna. Kedua, variabel kegunaan atau manfaat diterima dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menandakan bahwa masyarakat yang menggunakan layanan LinkAja Syariah melakukannya karena yakin layanan tersebut bermanfaat atas keputusan penggunaan. Kegunaan diterima terhadap keputusan penggunaan pada masyarakat Kota Surakarta dibuktikan berdasarkan pendapat responden yang memberikan tanggapan bahwa aplikasi LinkAja Syariah dapat mudah diakses melalui *smartphone* sehingga memiliki manfaat dalam meningkatkan kinerja (produktif). Ketiga, variabel religiusitas diterima dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Artinya, pengguna layanan LinkAja Syariah merasa bahwa aplikasi tersebut telah sesuai syariat sehingga mampu mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakannya. Religiusitas diterima terhadap keputusan penggunaan pada masyarakat Kota Surakarta dibuktikan berdasarkan pendapat responden yang memberikan tanggapan bahwa aplikasi LinkAja Syariah memberikan kenyamanan dalam diri bagi muslim karena telah sesuai dengan ajaran islam serta sistem LinkAja Syariah yang dirasa lebih baik dan adil. Keterbatasan penelitian hanya memotret generasi Z dan millenial yang memang dekat dengan penggunaan internet. Sehingga secara keseluruhan belum memperlihatkan kondisi generalisasi pada objek penelitian yakni masyarakat Surakarta. Saran untuk penelitian berikutnya adalah memperluas cakupan responden, baik dari sisi jumlah responden, sebaran umur, pekerjaan serta menambah informasi terkait pendidikan, jumlah penghasilan, sumber penghasilan dan pengeluaran yang dilakukan. Selain itu, perluasan teori dari TAM ke UTAUT2 yang lebih kompleks dalam menentukan keputusan pengguna LinkAja Syariah.

REFERENSI

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2017.01.002>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139–159. <https://doi.org/10.25273/CAPITAL.V3I2.6080>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2021). Trust and TAM in Online Shopping. *Open Journal of Business and Management*, 27, 51–90.
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 93–107. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8410>
- Hasyim, F. (2019). Peer To Peer Lending As Alternative Online Microfinance Platform: Threat and Challenge To Islamic Microfinance. *Indonesian Journal of Islamic Literature and Muslim Society*, 4(2), 2528–1194. <https://doi.org/10.22515/islam.v4i2.1491>
- Hasyim, F. (2021). Statistik terapan untuk Bisnis dan Keuangan. *Lintang Pustaka Utama*.
- Indrarini, R., & Samsuri, A. (2022). Model Ketahanan Keuangan Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 9(1), 14–26. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v9i1.5706>
- Jasin, H. (2021). *Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas terhadap Purchase Intention?*
- Kalinic, Z., J. Liebana-Cabanillas, F., Munoz-Leiva, F., & Marinkovic, V. (2020). The Moderating Impact of Gender On The Acceptance of Peer-to-Peer Mobile Payment System. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 138–158.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. 12, 1.
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). INTENSI PERILAKU DAN RELIGIUSITAS GENERASI MILLENIALS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/EQIEN.V7I2.134>
- Latief, F., & Dirwan. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*. 3(April), 16–30.
- LinkAja. (2020). *LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama di Indonesia*.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Purwono, Hasyim, F., Ulya, A. U., Purnasari, N., & Juniati, R. (2021). *Metodologi*

Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method).
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PthMEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&ots=6aQBPKj543&sig=6RGP4u0KKZF8cmWkIKwSbw25CjQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Septriana. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variable Intervening.*
- Susilawaty, L., & Wilson, N. (2021). Peranan Benefits, Trust Serta Ease of Use Terhadap Usage Intention Pada Sektor E-Payment Di Jabodetabek. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 307. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.11852>
- Ulansari. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment), Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.*
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>