

Adopsi Payment Gateway Syariah: Peran Pengetahuan Riba Sebagai Moderasi

Beni Saputra¹, Alex Fahrur Riza^{2,*}

^{1,2}Islamic Banking Department, Faculty of Islamic Economics and Business
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia

* Corresponding author: alex.riza@uin-suka.ac.id

Article Info

Article History

Received : 06-02-2023
Revised : 02-03-2023
Accepted : 08-03-2023
Published : 20-03-2023

Article DOI:

<https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.021-01>

ABSTRACT

Research Aims: This research aims to determine the adoption of Sharia Fintech services in the field of payment gateways using the UTAUT model with modifications to add knowledge of riba as a moderation variable.

Methodology: This research used an online survey method. The population this research are all users of Sharia payment gateway services. The sampling using the purposive sampling method with a total sample of 116 respondents. The analysis technique used is SEM-PLS using Smart PLS 3.3.3 software.

Research Findings: The results of this research presented that Social Influence and Facilitating Condition have an effect in determining interest in using Sharia payment gateway services. Performance expectancy and effort expectancy have no effect on the interest in using Sharia payment gateway services. Meanwhile, in this research only in Effort Expectancy moderated by Knowledge About Riba.

Keywords: Fintech Sharia, Payment Gateway Service, UTAUT

PENDAHULUAN

Melihat potensi penetrasi teknologi internet yang terus tumbuh, membuat para perusahaan berlomba-lomba untuk dapat memaksimalkan peluang, salah satunya adalah yang bergerak di bidang keuangan. Inovasi pada bidang ini kemudian melahirkan *Financial Technology (Fintech)*, melihat perkembangan jumlah pengguna internet yang terus mengalami perkembangan (Suryono, 2019).

Seiring dengan hal itu pertumbuhan *Fintech* di Indonesia pun terus meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis data yang menunjukkan per 5 Januari tahun 2023 terdapat 102 *Fintech* terdaftar di bidang *peer to peer lending*. Angka ini terbilang cukup banyak jika melihat tahun sebelumnya hanya 88 *Fintech* terdaftar 2019. Sedangkan Bank Indonesia pada tahun 2023 mencatat sebanyak 86 perusahaan sudah memiliki izin untuk melaksanakan sistem pembayaran & pengelolaan uang Rupiah elektronik kategori QRIS.

Kemunculan *Fintech* di bidang *Payment Gateway* ini kemudian mulai merubah pola transaksi pembayaran di masyarakat, hal ini ditunjukkan dengan total transaksi yang terus

mengalami peningkatan dalam penggunaan uang elektronik yang tembus Rp. 489 Triliun pada tahun 2022 dan diprediksi akan meningkat 25,7% menjadi Rp. 508 Triliun pada tahun 2023. Ini didukung ekosistem yang semakin luas, inovasi dan akseptasi pengguna belanja online ([Bank Indonesia, 2022](#)).

Maraknya *Fintech Payment Gateway* dan potensi pengembangan di masa depan, mendorong lahirnya *Fintech* dengan skema Syariah di Indonesia. *Fintech* Syariah hadir karena potensi penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, lebih dari 208 juta jiwa dan jika mampu menyadarkan masyarakat terkait dengan resiko riba pada jasa keuangan konvensional tak terkecuali *Fintech* ([Hiyanti dkk., 2020](#)). Kehadiran beberapa *Fintech* Syariah di bidang *payment gateway* juga memberikan signal tersendiri bagaimana potensi besar dari pengembangan *payment gateway* Syariah ini. Seperti kehadiran layanan Linkaja Syariah dan Paydinar yang ikut masuk untuk meramaikan pasar.

Salah satu tantangan dalam pengembangan *Fintech* Syariah adalah rendahnya Literasi keuangan syariah di Indonesia. Melihat hal ini, lembaga keuangan syariah di Indonesia terus berupaya untuk melakukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dan niat untuk menggunakan layanan keuangan Syariah ([Efendi dkk., 2019](#)). Disisi lain juga kesadaran masyarakat terhadap riba juga terus meningkat, hal ini bahkan dapat dilihat dengan kehadiran beragam komunitas anti riba seperti X-Bank, Komunitas Anti Riba, Masyarakat Anti Riba dan lain-lain ([Aji dkk., 2020](#)).

Penelitian ini akan menggunakan model penerimaan teknologi UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dikembangkan oleh [Venkatesh dkk. \(2003\)](#), Model UTAUT ini jelas memiliki kelebihan dari segi konstruk yang dibangun, yaitu dengan menggabungkan dan mengekstrak 8 model penerimaan teknologi sebelumnya. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan model UTAUT untuk memprediksi minat penggunaan *Payment Gateway*, diantaranya adalah [Mugambe \(2017\)](#) minat penggunaan E-money di uganda; [Mugni & Rikumahu \(2019\)](#) minat penggunaan E-money di kota bandung; [Nopalia & Syamsuar \(2020\)](#) penerimaan penggunaan E-money di lubuklinggau; dan [Widayat dkk \(2020\)](#) yang memodifikasi model UTAUT untuk meneliti tingkat adopsi layanan E-money. Namun, masih sangat sedikit yang meneliti pada *Fintech* Syariah bidang *Payment Gateway*.

LANDASAN TEORI

Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) bertujuan untuk memprediksi minat serta perilaku penggunaan teknologi. Terdapat empat faktor utama yang mampu memprediksi adopsi konsumen, yaitu: *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Model UTAUT ini merupakan pengembangan dari delapan teori adopsi, yaitu: *Theory of Reasoned Action* (TRA) Fishbein tahun 1967; *Theory of Planned behaviour* (TPB) Ajzen dan Fishbein tahun 1985; *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis 1986; *Technology Acceptance Model 2* (TAM2) [Venkatesh dan Davis tahun 2003](#); *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB) oleh Taylor dan Todd tahun 1995; *Motivational Model* (MM) Davis dkk 1992; *Model of Personal Computer Utilization* (MPCU); serta *Innovation Diffusion Theory* (IDT) oleh Rogers pada tahun 1962 ([Riza, 2021](#)).

Performance Expectancy/Ekspektasi Kinerja merupakan suatu kondisi saat seseorang percaya akan merasa terbantu dalam suatu pekerjaan jika mereka menggunakan suatu sistem/teknologi dan hal ini dapat membantu membawa keuntungan dalam menunjang kinerjanya (Riza, 2021; Jogiyanto, 2007; Venkatesh dkk., 2003). Terdapat lima indikator pada *Performance Expectancy*, yaitu:

1. *Perceived usefulness*: Kondisi dimana seseorang percaya jika kinerja pekerjaannya akan meningkat ketika menggunakan sistem tertentu (Davis, 1989).
2. *Extrinsic motivation*: Kondisi dimana seseorang ingin menggunakan suatu sistem ketika dapat memberikan impact untuk mencapai hasil yang diharapkan (Davis, 1989).
3. *Job Fit*: Diartikan sebagai sejauh mana kemampuan suatu sistem untuk dapat berperan dalam menunjang kinerja seseorang (Thompson, 1991).
4. *Relative advantage*: Persepsi yang menganggap sistem baru lebih superior dibanding pendahulunya (Moore and Benbasat, 1991).
5. *Outcome expectations*: Harapan hasil ketika menggunakan suatu sistem maka akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu mengerjakan pekerjaan (Compeau, 1999).

Effort Expectancy / *Ekspektasi Usaha* diartikan dengan seberapa mudah suatu sistem untuk digunakan (Riza, 2021; Jogiyanto, 2007; Venkatesh dkk., 2003). *Effort Expectancy* terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1. *Perceived ease of use*: Suatu kondisi seorang pengguna sistem yakin jika sistem yang digunakannya mudah digunakan dalam pekerjaannya (Davis, 1989).
2. *Complexity*: Kondisi ketika penggunaan suatu sistem cenderung dianggap sulit dioperasikan dan dipahami (Thompson, 1991).
3. *Ease of use*: Diartikan sebagai suatu hal yang baru muncul dianggap sebagai sistem yang sulit untuk digunakan (Moore and Benbasat, 1991).

Social Influence / *Pengaruh Sosial* diartikan sebagai pengaruh trend, pengaruh orang terdekat, dan lingkungan yang dapat memengaruhinya untuk menggunakan suatu sistem (Riza, 2021; Jogiyanto, 2007; Venkatesh dkk., 2003). *Social Influence* dapat mempengaruhi minat individu dalam menggunakan teknologi, pengalaman positif dari lingkungan sekitar dapat mempengaruhi orang lain (Dewayanti dkk., 2018). *Social Influence* terdiri dari tiga indikator:

1. *Subjective Norm*: Suatu kondisi dimana seseorang menggunakan sesuatu sistem dikarenakan dipengaruhi orang yang berpengaruh baginya (Ajzen 1991; Davis, 1989; Fishbein dan Azjen 1975)
2. *Social Factors*: Kondisi ketika seseorang merasa perlu menggunakan sistem dikarenakan budaya, kelompok, dan lingkungannya (Thompson, 1991).
3. *Image*: Keyakinan seseorang jika menggunakan suatu hal yang baru dianggap dapat meningkatkan status sosialnya (Moore and Benbasat, 1991).

Facilitating Condition / Kondisi Yang Memfasilitasi merupakan kondisi dimana seseorang akan menggunakan suatu sistem jika infrastruktur dan teknis yang mendukung (Venkatesh dkk., 2003). Kondisi dimana minat seseorang bisa terdorong untuk

menggunakan suatu sistem jika tersedianya infrastruktur dan teknis yang mendukung untuk dapat menggunakan sistem tersebut. *Facilitating Condition* memiliki tiga indikator:

1. *Perceived Behavioral Control*: Hal ini didefinisikan sebagai hambatan yang terjadi baik internal dan eksternal dalam hal fasilitas dan sumber daya yang dimiliki (Ajzen 1991; Taylor and Todd 1995). *Facilitating Conditions*: Faktor objektif akan dukungan fasilitas penggunaan suatu teknologi (Thompson dkk, 1991).
2. *Compability*: Hal ini diartikan peran dari inovasi dipercayai dapat secara tetap mampu mendukung kebutuhan seseorang (Moore and Benbasat, 1991).

Pengetahuan akan Riba (*Knowledge About Riba*) menurut fatwa MUI adalah tambahan yang terjadi dalam masa penangguhan saat pembayaran yang sudah di atur sebelumnya. Hal ini dianggap sebagai Riba nasi'ah (MUI, 2004). Menurut ulama Hanafiyah riba didefinisikan sebagai dampak yang terjadi akibat transaksi utang akan suatu benda tertentu yang dapat ditimbang maupun tidak, tetapi terjadi tambahan saat pengembaliannya meskipun sejenis. Sementara itu mazhab Syafi'i mengartikan riba sebagai tambahan yang dijanjikan di awal saat terjadi utang-piutang.

Dalam konteks pembayaran elektronik ini terdapat dua pertentangan, yakni di anggap mengandung unsur riba maupun tidak. pihak yang menganggap ada indikasi riba ini berpendapat jika dalam model bisnis e-money ini terdapat kompensasi untuk uang yang ditahan. Sedangkan mereka yang menganggap tidak terdapat indikasi riba beranggapan jika *top up* yang dilakukan ini dianggap sebagai membeli layanan yang ditawarkan oleh penyedia (Aji dkk, 2020). Adapun Indikator akan Riba adalah Pemahaman konsep riba sesuai petunjuk agama Islam.

Dalam penelitian Mugni & Rikumahu (2019) dan Dewayanti dkk (2018), ditemukan hasil yang menyatakan jika minat penggunaan suatu sistem dapat dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*. Sementara itu terdapat beberapa penelitian Mugambe (2017) dan Damayanti (2018) yang menunjukkan penggunaan suatu sistem tidak dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji kembali terkait pengaruh *Performance Expectancy* pada minat penggunaan *Fintech Syariah*.

H1: Performance Expectancy memiliki pengaruh positif terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Mugni & Rikumahu (2019), Mugambe (2017), dan Dewayanti dkk, (2018) ditemukan hasil jika minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem dipengaruhi oleh *Effort Expectancy*. Sedangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani (2015) dan Mugambe (2017) diketahui jika minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem tidak dipengaruhi oleh *Effort Expectancy*. Hal ini yang membuat peneliti merasa perlu rasanya untuk meneliti kembali apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Fintech Syariah*.

H2: Effort Expectancy berpengaruh positif terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah.

Dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Mugambe (2017), Dewayanti dkk (2018), dan Mugni & Rikumahu, 2019 ditemukan jika Minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem dapat dipengaruhi oleh *Social Influence*. Sementara itu penelitian Anshary dkk (2018) dan Sutanto dkk. (2018) ini menemukan jika Minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem tidak dipengaruhi *Social Influence*. Hal ini kemudian yang menyebabkan

peneliti mencoba mengkaji kembali apakah *Social Influence* ini berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *Fintech Syariah*.

H3: Social Influence berpengaruh positif terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah.

Dalam penelitian [Sisnuhadi \(2016\)](#); [Handayani dkk. \(2015\)](#); [Mugambe \(2017\)](#); serta [Anshary dkk. \(2018\)](#) diketahui jika minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem salah satunya dapat dipengaruhi oleh *Facilitating Condition*. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh [Dewayanti \(2018\)](#) diketahui jika dalam mengadopsi suatu layanan mobile banking seseorang tidak dipengaruhi oleh *facilitating condition*. Hal ini yang kemudian membuat peneliti tertarik untuk melakukan pengujian Kembali, apakah *Facilitating Condition* dapat memberikan pengaruh atau mendorong minat seseorang untuk menggunakan *Fintech Syariah*.

H4: Facilitating Condition berpengaruh positif terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah.

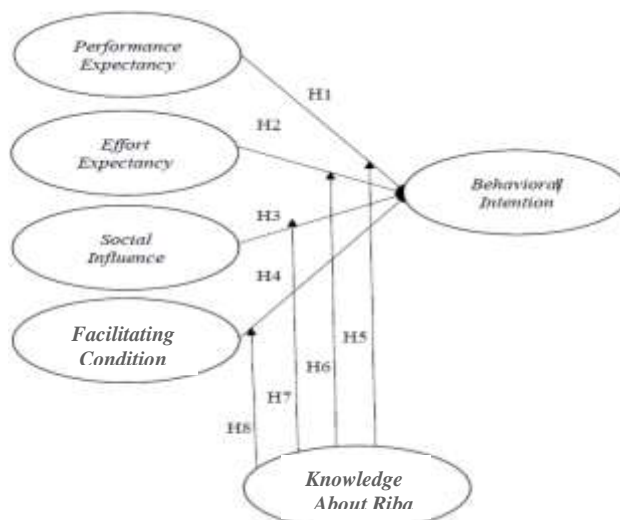
Dengan ketidak konsisten pada hasil penelitian terdahulu yang menggunakan model UTAUT, maka peneliti menduga ada variabel-variabel yang memoderasi variabel UTAUT diantaranya adalah pengetahuan akan riba atau religiusitas ([Riza, 2021](#), [Aji, 2020](#)). Hal ini membuat peneliti tertarik untuk menambahkan variabel Pengetahuan akan Riba sebagai variabel yang memoderasi Model UTAUT.

H5: Terdapat peningkatan pengaruh secara positif Performance Expectancy terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah dengan pengetahuan akan riba sebagai variabel moderasi.

H6: Terdapat peningkatan pengaruh secara positif Effort Expectancy terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah dengan pengetahuan akan riba sebagai variabel moderasi.

H7: Terdapat peningkatan pengaruh secara positif Social Influence terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah dengan pengetahuan akan riba sebagai variabel moderasi.

H8: Terdapat peningkatan pengaruh secara positif Facilitating Condition terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah dengan pengetahuan akan riba sebagai variabel moderasi.



Gambar 1. Model Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan mendapatkan langsung dari sumber data utamanya yang disebut dengan data primer. Kuesioner disebar secara online menggunakan media sosial *WhatsApp, Facebook, Instagram, Telegram, dan Twitter*. Pertanyaan disusun secara terstruktur untuk melakukan penilaian terhadap item-item pada masing-masing indikator dengan Skala Likert mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) dengan mengacu pada [Ferdinand \(2014\)](#).

Nonprobability Sampling dipilih sebagai teknik pengambilan sampel, dimana setiap sampel dalam satu populasi tidak memiliki peluang yang serupa, antara satu objek/subjek dengan objek/subjek lainnya. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan syarat responden adalah pengguna *fintech* Syariah bidang *Payment Gateway*. SEM-PLS (*Structural Equation Modelling-Partial Least Square*) dipilih sebagai metode analisis dalam penelitian ini.

Uji *outer model* terdiri dari uji validitas konvergen, yakni nilai *outer loadings* yang diharapkan $>0,7$. Validitas diskriminan menggunakan indikator nilai yang ditampilkan pada *crossloading* atau AVE. *Crossloading* hubungan indikator dengan variabelnya harus lebih besar dibanding dengan indikator dengan variabel lainnya, sedangkan AVE harus menunjukkan nilai $>0,5$. Untuk menguji reliabilitas dengan *Composite Reliabel* dan *Cronbach's Alpha*. Jika keduanya menunjukkan nilai $>0,7$ disimpulkan instrumen penelitian ini reliabel.

Setelah dipastikan data valid dan reliabel selanjutnya adalah melakukan pengujian R-Square model untuk menilai seberapa kuat model yang dipakai, berikutnya, melakukan pengujian *Path-Coefficient* untuk melihat arah hubungan variabel independen dan dependen, kemudian terakhir adalah pengujian hipotesis dengan uji T-Statistik, dikatakan suatu variabel memiliki pengaruh kepada variabel lain jika nilai T- Statistik $>1,98$ (significance level 5%) atau dengan melihat P-Values dibawah 0,05 ([Hair dkk, 2010](#)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mendapatkan 224 respon yang kemudian dilakukan eliminasi responden yang sesuai dengan kriteria dan syarat yang ditetapkan peneliti sehingga didapatkan 116 Responden, adapun karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Responden

No.	Demografi Responden	Kategori	Presentase	Frekuensi
1	Gender	a. Laki-laki	64,7%	75
		b. Perempuan	35,3%	41

No.	Demografi Responden	Kategori	Presentase	Frekuensi
2	Usia	a. 16-20	12,9%	15
		b. 21-25	47,4%	55
		c. 26-30	19%	22
		d. 31-35	9,5%	11
		e. 36-40	6%	7
		f. 41-45	1,7%	2
		g. 46-50	1,7%	2
		h. >50	1,7%	2
3	Domisili (Provinsi)	Aceh	3,4%	4
		Banten	2,6%	3
		Bengkulu	2,6%	3
		D.I. Yogyakarta	7,8%	9
		DKI Jakarta	3,4%	4
		Jambi	3,4%	4
		Jawa Barat	12,9%	15
		Jawa Tengah	14,7%	17
		Jawa Timur	19,8%	23
		Kalimantan Barat	2,6%	3
		Kalimantan Selatan	3,4%	4
		Kalimantan Tengah	0,9%	1
		Kalimantan Timur	0,9%	1
		Kepulauan Riau	3,4%	4
		Kepulauan Bangka Belitung	1,7%	2
		Lampung	2,6%	3
		NTB	0,9%	1
		NTT	0,9%	1
		Palembang	0,9%	1
		Papua	0,9%	1
		Papua Barat	0,9%	1
		Sulawesi Barat	2,6%	3
		Sulawesi Utara	0,9%	1
		Sulawesi Selatan	0,9%	1
Sumatera Barat	0,9%	1		
Sumatera Utara	0,9%	1		
Sumatera Selatan	0,9%	1		
4	Pekerjaan	a. Wirausaha	15,5%	18
		b. Karyawan Swasta	17,2%	20
		c. PNS/TNI/POLRI	7,8%	9
		d. Pelajar	53,4%	62
		e. Dosen / Peneliti	2,6%	3
		f. Lainnya	3,5%	4

No.	Demografi Responden	Kategori	Presentase	Frekuensi
5	Penghasilan	a. < Rp. 1.500.000	61,1%	66
		b. Rp1.500.001-Rp.3.000.000	22,2%	24
		c. Rp3.000.001-Rp.6.000.000	10,2%	11
		d. Rp6.000.000-Rp.10.000.000	4,6%	5
		e. >Rp.10.000.000	1,9%	2
7	Penyedia Layanan Payment Gateway	a. LinkAja Syariah	69,8%	81
		b. Paytren	30,2%	35

Sumber: Data diolah 2022

Sebelum melakukan uji hipotesis dan uji model (*Inner Model*), perlu dilakukan uji reliabilitas dan validitas instrumen (*Outer Model*) untuk memperoleh data yang reliabel dan valid (Cooper & Schindler, 2011). Setidaknya terdapat 3 kriteria data yang harus dipenuhi dalam menggunakan teknik analisis data dengan SmartPLS, diantaranya Validitas konvergen, Validitas diskriminan, dan Composite Reliabilitas. Seluruh item variabel dalam penelitian ini reliabel dan valid dengan nilai Cronbach α (CA) $\geq 0,70$, *Composite Reliability* (CR) $\geq 0,70$. *Average Variance Extracted* (AVE) $\geq 0,50$, dan *loading factor* $\geq 0,60$ kecuali item X3.4 yang dibuang karena tidak memenuhi. Hasil pengujian ini diringkas dalam Tabel 2 berikut:

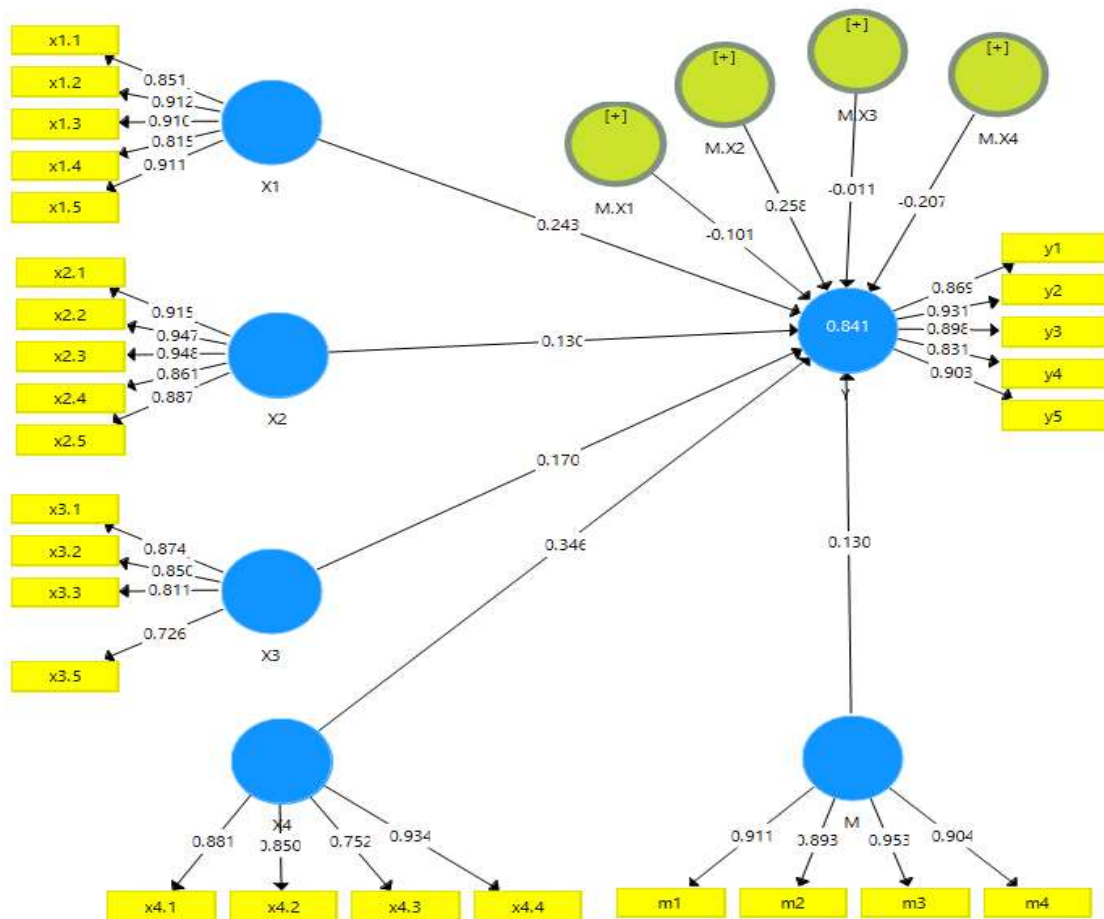
Tabel.2 Pengukuran Indikator Model

Kode	Item Variabel	Loading	CA & CR	AVE
<i>Performance Expectancy (PE)</i>			0,905	0,725
PE1	DB Bank Syariah X bermanfaat dalam kehidupan Saya sehari-hari	0,858	0,929	
PE2	Menggunakan DB Bank Syariah X membantu Saya menyelesaikan banyak hal lebih cepat	0,887		
PE3	Menggunakan DB Bank Syariah X dapat meningkatkan produktivitas Saya	0,853		
PE4	Saya dapat mengatur rekening Saya kapan saja dengan DB Bank Syariah X	0,803		
PE5	Menggunakan DB Bank Syariah X meningkatkan keefektifan aktivitas/pekerjaan Saya	0,856		
<i>Effort Expectancy (EE)</i>			0,948	0,829
EE1	Mudah bagi Saya untuk belajar mengoperasikan DB Bank Syariah X	0,905	0,960	
EE2	Penggunaan sistem DB Bank Syariah X jelas dan mudah dipahami	0,923		
EE3	DB Bank Syariah X mudah untuk digunakan	0,934		
EE4	Mudah bagi Saya untuk menguasai penggunaan DB Bank Syariah X	0,923		

Kode	Item Variabel	Loading	CA & CR	AVE
EE5	Saya merasa DB Bank Syariah X fleksibel untuk digunakan	0,865		
	Social Influence (SI)		0,837	0,610
SI1	Orang terdekat Saya berpikir bahwa Saya harus menggunakan DB Bank Syariah X	0,832	0,885	
SI2	Orang yang berpengaruh bagi Saya berpikir, Saya harus menggunakan DB Bank Syariah X	0,862		
SI3	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan DB Bank Syariah X	0,846		
SI4	Lingkungan bekerja/belajar Saya mendukung layanan DB Bank Syariah X	0,678		
SI5	Teman-teman Saya menggunakan DB Bank Syariah X	0,663		
	Facilitating Condition (FC)		0,873	0,664
FC1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan DB Bank Syariah X	0,793	0,908	
FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan DB Bank Syariah X	0,819		
FC3	DB Bank Syariah X sesuai (kompatibel) dengan Smartphone yang Saya gunakan	0,852		
FC4	Saya bisa mendapatkan bantuan ketika kesulitan menggunakan DB Bank Syariah X	0,802		
FC5	Semua isi layanan DB Bank Syariah X mudah dibaca dan dipahami	0,807		
	Knowledge About Riba (KAR)		0,855	0,699
Hb1	Penggunaan DB Bank Syariah X sudah menjadi kebiasaan bagi Saya	0,896	0,902	
Hb2	Saya harus menggunakan DB Bank Syariah X untuk aktifitas/pekerjaan Saya	0,847		
Hb3	Menggunakan DB Bank Syariah X sudah menjadi hal yang biasa bagi Saya	0,862		
Hb4	Saya kecanduan dalam menggunakan DB Bank Syariah X	0,732		
	Behavioral Intention (BI)		0,915	0,704
BI1	Saya akan menggunakan DB Bank Syariah X apabila DB Bank Syariah X dapat digunakan di tempat Saya bekerja	0,715	0,934	
BI2	Saya akan menggunakan DB Bank Syariah X dalam pekerjaan saya sesering mungkin saat dibutuhkan	0,867		
BI3	Saya akan menggunakan DB Bank Syariah X dalam pekerjaan saya secara rutin	0,841		
BI4	Jika memungkinkan, Saya akan menggunakan DB Bank Syariah X pada pekerjaan saya	0,878		
BI5	Jika memungkinkan, Saya akan menggunakan DB	0,851		

Kode	Item Variabel	Loading	CA & CR	AVE
	Bank Syariah X untuk hal lain di luar pekerjaan saya			
BI6	Jika memungkinkan, Saya akan menggunakan DB Bank Syariah X dalam pekerjaan saya secara teratur	0,871		

Setelah data memenuhi pengujian Outer Model, berikutnya dilakukan pengujian Inner Model, mencakup pengujian *path coefficient*, *Goodness of fit*, serta pengujian hipotesis. Terdapat beberapa kategori penilaian *Goodness of fit model*, yaitu model lemah memiliki nilai 0,19 – 0,33, model sedang memiliki nilai 0,33 - 0,67, sementara itu model sangat baik memiliki nilai > 0,67 (Ghazali, 2016). Dapat diketahui jika nilai R-Square berada di angka 0,841. Nilai ini menandakan jika Variabel Y dapat dijelaskan dengan variabel X1, X2, X3, X4, dan Moderasi. Hal ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini sangat baik.



Gambar 3. Hasil Uji Inner Model

Berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan menggunakan SmartPLS 3.3.3 salah satu hal yang penting dalam menjawab hipotesis adalah melihat nilai T-Statistics ataupun Nilai dari P-Values. Berdasarkan Tabel 3 dapat kita ketahui nilai dari tiap-tiap hipotesis dalam penelitian ini. Diketahui nilai T tabel dalam penelitian ini adalah 1.98. Sesuai dengan hasil pengolahan data dapat diketahui jika terdapat 3 Hipotesis yang diterima dari total 8 hipotesis yang diajukan. 3 hipotesis tersebut adalah H3, H4, dan H6.

Pengambilan keputusan ini didasari pada nilai yang ditunjukkan oleh keempat hipotesis pada T-statistics >1,98 dan Nilai P-value <0,05. Sebaliknya 5 Hipotesis lainnya ditolak sebab T-Statistics < 1,98 dan Nilai P-value >0,05.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis		T-statistics (O/STDEV)	P- Values	Deskripsi
H1	<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	1,875	0,061	Ditolak
H2	<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	1,048	0,295	Ditolak
H3	<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	2,382	0,018	Diterima
H4	<i>Facilitating Condition -> Behavioral Intention</i>	3,085	0,002	Diterima
H5	<i>Performance Expectancy * Knowledge About Riba -> Behavioral Intention</i>	0,761	0,447	Ditolak
H6	<i>Effort Expectancy * Knowledge About Riba -> Behavioral Intention</i>	2,096	0,037	Diterima
H7	<i>Social Influence * Knowledge About Riba -> Behavioral Intention</i>	0,163	0,871	Ditolak
H8	<i>Facilitating Condition * Knowledge About Riba -> Behavioral Intention</i>	1,819	0,070	Ditolak

Sumber: Data diolah 2022

DISCUSSION

Berdasarkan pengujian hipotesis, diketahui bahwa hipotesis pertama (H1) *Performance Expectancy* tidak berpengaruh pada minat menggunakan *Fintech* Syariah kategori *Payment Gateway*. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji T-Statistics 1,875 > 1,98. Selain itu nilai P-Value yang ditemukan juga 0,061 > 0,05. Hasil analisis menunjukkan jika pengguna Linkaja Syariah sebagai mayoritas responden dalam penelitian ini beranggapan jika LinkAja Syariah tidak memiliki akses sebaik LinkAja Konvensional. Hal ini akan berdampak intensitas penggunaan LinkAja Syariah tidak terlalu sering. Utami & Kusumawati (2017) beranggapan jika semakin sering suatu sistem digunakan ini mengindikasikan kegunaan suatu sistem dapat dirasakan. Temuan ini sesuai dengan penelitian Mugambe (2017) dimana *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *E-money* di Uganda. Tak jauh berbeda dengan penelitian Sutanto (2018) yang menunjukkan *Performance expectancy* bukanlah faktor penting dalam menentukan minat penggunaan Sistem pengolahan keuangan daerah.

Effort Expectancy tidak memiliki pengaruh terhadap Minat seseorang dalam menggunakan *Payment Gateway* Syariah. Jika dilihat nilai *path coefficient* 0,130 > 0,1 ini dapat diartikan jika *Effort Expectancy* menunjukkan arah hubungan positif. Sementara itu pengujian T statistic dan P values diketahui jika nilai T Statistic 1,048 <1,98 dan Nilai P Values 0,295 > 0,05. Berdasarkan temuan ini, Hipotesis kedua (H2) dinyatakan ditolak.

Hasil wawancara dengan responden menunjukkan terdapat beberapa layanan yang dinilai cukup sulit diakses, untuk mendapatkan layanan *full service* LinkAja Syariah pengguna dapat melakukan registrasi secara online. Namun tidak jarang akses *full service* ini tertolak, dan mengharuskan pengguna mengunjungi Grapari untuk mengakses layanan *full service*. Terlebih lagi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah generasi *millennial* dan generasi *Z* yang selalu ingin serba cepat, mudah melakukan pekerjaan sesingkat mungkin, kreatif, dinamis, serta tentunya dekat dengan teknologi (Prasasti & Prakoso, 2020). Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan temuan Handayani & Sudiana (2015) jika *Effort Expectancy* tidak memiliki peranan penting dalam menentukan minat penggunaan sistem informasi.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima, nilai yang ditunjukkan melalui uji T-Statistic *Social Influence* $2,382 > 1,98$ dan memiliki nilai P Values $0,018 < 0,05$. *Path coefficient* yang ditunjukkan pada variabel ini juga memiliki nilai $0,170 > 0,1$ hal ini menandakan *social influence* memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat penggunaan Fintech Syariah di bidang *Payment Gateway*. Hal ini berarti lingkungan kerja atau lingkungan sosial, serta orang terdekat mampu mempengaruhi minat seseorang untuk mengadopsi Fintech Syariah di bidang *Payment Gateway*. Seperti yang kita ketahui lingkungan sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan seseorang, bahkan lingkungan seseorang dapat dengan mudah membentuk karakteristik seseorang. Senada dengan temuan Dewayanti dkk (2018) dimana *Social Influence* memiliki pengaruh untuk menentukan minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Didukung oleh Riza (2021) dimana *Social Influence* dapat mempengaruhi minat seseorang dalam mengadopsi layanan digital banking. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan semakin banyak orang-orang di sekitarnya dan orang yang berpengaruh baginya menggunakan Fintech Syariah, maka ia akan menganggap perlu untuk menggunakan Fintech Syariah.

Hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menunjukkan *Facilitating Condition* memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan Fintech Syariah kategori *Payment Gateway*. Melihat perhitungan nilai *path coefficient Facilitating Condition* memiliki nilai $0,346 > 0,1$ ini berarti variabel ini memiliki hubungan dengan arah positif terhadap *Behavioral Intention*. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan melihat nilai T-Statistics $3,085 > 1,98$ dan nilai P-values yang dihasilkan memiliki nilai $0,002 < 0,05$ dengan demikian H4 diterima. Diketahui jika keadaan yang mendukung penggunaan suatu sistem baik itu dari segi bantuan dan ketersediaan alat yang mendukung maka akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan layanan E-money/E-wallet. Dalam penelitian ini juga diketahui jika *Facilitating Condition* menjadi faktor paling kuat dalam menentukan minat menggunakan Fintech Syariah *Payment Gateway*. Perkembangan teknologi dan internet yang terus meluas ini membuat penggunaan layanan yang berbasis teknologi dan internet semakin memungkinkan, temuan ini didukung dengan pernyataan dari APJI yang mengklaim pulau Jawa merupakan pulau dengan pengguna terbanyak di Indonesia, sehingga membuat layanan yang disediakan oleh *Payment Gateway* dapat berjalan dan digunakan dengan baik. Senada dengan penelitian oleh Mugambe (2017) dan Riza (2021) dimana minat penggunaan E-money dipengaruhi *Facilitating Condition*.

Berdasarkan perhitungan statistic, dapat diketahui jika tidak semua variabel UTAUT yang di moderasi oleh *Knowledge About Riba* (KAR) memiliki pengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan Fintech Syariah di bidang *payment gateway*. Hal ini diketahui dari nilai T-statistic yang lebih kecil dari T-Tabel dan nilai P-Values yang dimiliki H5, H7, dan H8 dimana secara berturut-turut ketiganya menunjukkan tingkat significant 0,447, 0,871, dan 0,070; dimana nilai itu $> 0,05$. Dapat disimpulkan Hipotesis 5,7, dan 8 ditolak. Sementara itu hipotesis 6 dinyatakan diterima dikarenakan angka significant yang ditunjukkan $0,037 < 0,05$. Serta nilai yang ditunjukkan pada *path coefficients* yang memiliki nilai $0,258 > 0,1$ hal ini mengindikasikan jika H6 memiliki arah hubungan positif. Hal ini membuktikan secara empiris jika H6 diterima. Jadi, KAR tidak dapat memoderasi PE, SI, dan FC. Namun, *Effort Expectancy* berhasil di moderasi oleh *Knowledge About Riba*.

Berdasarkan analisis data, peneliti beranggapan jika pilihan mereka menggunakan layanan *E-money/E-wallet* Syariah bukan semata-mata untuk menghindari kemungkinan munculnya Riba dalam layanan lembaga keuangan, selain itu juga responden dalam penelitian ini kurang begitu mengerti mengenai konsep riba itu sendiri, hal ini dapat kita ketahui dari rata-rata kuesioner yang ditunjukkan oleh variabel pengetahuan akan riba yang memperoleh nilai rata-rata terendah dalam penelitian ini sebesar 3,750. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan diketahui mayoritas responden kurang begitu mengerti terkait dengan konsep riba,

Semakin intens seorang muslim menjalankan perintah dan larangan-Nya dapat dikatakan memiliki nilai religius yang tinggi (Nastiti dkk., 2020). Riba merupakan salah satu hal yang dilarang dalam ajaran agama islam, sebelum dapat menghindari riba tentunya seorang muslim harus paham terkait dengan konsep riba itu sendiri. Hal ini yang kemudian membuat moderasi dalam penelitian ini mayoritas tidak berhasil, dikarenakan mayoritas responden masih belum begitu mengerti konsep akan riba, sebab seseorang yang memeluk suatu agama akan bertindak sesuai dengan ajarannya (Sarah & Artanti, 2020). Tindakan yang sesuai agama ini tidak hanya berkaitan dengan spiritual saja, tetapi juga dalam menjalankan kehidupannya termasuk dalam memilih lembaga keuangan yang akan digunakan. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan temuan Aji dkk (2020) dimana didapatkan bahwa *Knowledge About Riba* tidak berhasil memoderasi *Subjective Norm* yang merupakan salah satu indikator dalam variabel *Social Influence*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Performance Expectancy tidak berpengaruh pada minat penggunaan *Fintech* Syariah *Payment Gateway*, karena penggunaan yang kurang intens, minimnya sosialisasi & pengetahuan akan fleksibilitas penggunaan Linkaja Syariah. *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *Fintech* Syariah karena pengguna merasa kesulitan untuk mengakses layanan *Full Service* Linkaja Syariah. Hal ini mengharuskan pengguna mengunjungi Grapari. *Social Influence* berpengaruh pada minat penggunaan *Fintech* Syariah. Hal ini menunjukkan jika lingkungan dan orang yang penting bagi seseorang mampu meningkatkan minat penggunaan. Dalam penelitian ini variabel *Facilitating Condition* menjadi faktor paling kuat untuk memprediksi minat penggunaan. *Knowledge About Riba* hanya mampu memoderasi *Effort Expectancy*. Sementara itu 3

variabel lainnya tidak berhasil dimoderasi oleh Pengetahuan akan riba. Hal ini terjadi karena mayoritas responden dalam penelitian ini masih ragu akan konsep riba itu sendiri.

Penelitian ini sudah dirancang sebaik mungkin, namun tetap memiliki keterbatasan. Meskipun sampel dalam penelitian ini sudah terpenuhi, namun masih belum dapat menggeneralisir keseluruhan wilayah di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah pengguna *E-money* dan *E-wallet* Syariah di Indonesia. Namun, masih terbatas pada pengguna beberapa merek *Fintech* Syariah saja. Adapun saran implikasi untuk *stakeholder Fintech* Syariah bidang *Payment Gateway*, pengguna LinkAja yang migrasi dari layanan konvensional masih memiliki anggapan aksesibilitas yang berbeda. Sosialisasi terkait hal ini perlu ditingkatkan. Penyedia layanan ini harus dapat memberikan layanan yang memadai untuk memberikan kemudahan untuk mengakses dan mendaftar akun premium melalui aplikasi langsung. *Facilitating Conditions* dalam penelitian ini menjadi prediktor paling tinggi dalam melihat tingkat adopsi *Fintech* Syariah di bidang *payment gateway*. Dukungan fasilitas yang lebih baik dapat memaksimalkan penggunaan *Fintech* Syariah kategori *Payment Gateway*. Terkait *Social Influence*, peneliti menyarankan untuk dapat menggaet *brand ambassador* yang memiliki pengikut dan pengaruh besar kepada generasi milenial di Indonesia. Terkait Pengetahuan akan riba peneliti menyarankan untuk melakukan sosialisasi tentang potensi kemunculan riba dalam transaksi keuangan dan menonjolkan nuansa Syariah pada produknya. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas penyebaran responden baik dari segi domisili hingga merek *fintech* syariah. Peneliti juga menyarankan untuk menggunakan model pengembangan UTAUT2 untuk memprediksi penggunaan *Fintech* Syariah. Serta mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mampu memoderasi hubungan variabel UTAUT2 terutama dalam konteks Keuangan Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Anshary, F. M., Kusumasari, T. F., & Supratman, N. A. (2018). Pemodelan Instrumen Pengukuran Tingkat Penerimaan Penggunaan Sistem Informasi Studi kasus: Penerimaan Aplikasi Verifikasi Industri pada Sebuah BUMN. *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri (JRSI)*, 5(01), 40. <https://doi.org/10.25124/jrsi.v5i01.339>
- Bank Indonesia (2022). Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah. <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
- Dewayanti, A., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) (Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2 (10), 3315–3322. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Efendi, A. W., Saputra, R., Syarasfati, A., & Purnamasari, O. (2019). Meningkatkan kesadaran masyarakat pamulang barat dalam menghindari riba melalui sosialisasi perbankan syariah. *Ekonomi Islam*, September 2019, 1–9.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., William, C.B. & Barry, J.B. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Handayani, T., & Sudiana, S. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165–180. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/546424/bi-proyeksikan-transaksi-e-commerce-pada-2023-naik-17>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Mugambe, P. (2017). UTAUT Model in Explaining the Adoption of Mobile Money Usage by MSMEs' Customers in Uganda. *Advances in Economics and Business*, 5(3), 129–136. <https://doi.org/10.13189/aeb.2017.050302>
- Mugni, N. N., & Rikumahu, B. (2019). Analisis Niat Perilaku Pengguna E-Money Berbasis Chip Menggunakan Model Modifikasi UTAUT. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 614–627. <http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>
- Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1 (1), 15–25. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>
- Nopalia & Syamsuar, D. (2020) The Study of Accepting Electronic Money Technology in Lubuklinggau Society. *Jurnal TAM*. 11 (1). <http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/JurnalTam/article/view/869/pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Perusahaan Fintech Lending Berizin (Peraturan OJK No. 77 Tahun 2016)*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-5-Januari-2023.aspx>
- Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). Karakter dan Perilaku Milineal: Peluang atau Ancaman Bonus Demografi. *Jurnal Ilmiah BK Onsilia*, 3(2), 10–22.
- Riza, A. F. (2021). The potential of digital banking to handle the Covid-19 pandemic crisis: Modification of UTAUT model for Islamic finance industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art1>
- Sarah, F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>

- Suryono, R. R. (2019). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Aksiologi. Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 10(1), 52. <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.138>
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. Jurnal Akuntansi Dan Auditing, 15(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>.
- Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). Balance, XIV (2), 29–41.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. MIS Quarter, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money Payment: Customers' Adopting Factors and the Implication for Open Innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 6, 1-14. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030057>