

PENERIMAAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA DALAM RANGKA PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

Irma Andriyaningtyas
irma.andriyaningtyas-2019@feb.unair.ac.id
Muhammad Adam
Sri Herianingrum
Universitas Airlangga

ABSTRACT

The emergence of sharia-based E-Wallet is a new thing in Indonesia and an academic response is needed for this. This article is intended to measure the level of individual acceptance of Sharia E-Wallet by looking at the relationship between factors related to intention, by using modification and simplification of the UTAUT model and using the analysis of Structural Equation Modeling (SEM) analysis. This study found that factors such as User Value, Effort Expectancy and Social Influence have a positive and significant impact on Performance Expectancy. In the context Behavioral Intention relationship it is found that there is a positive and significant influence between Effort Expectancy and Social Influence on the Intention to adopt Sharia E-Wallet. Meanwhile, User Value and Performance Expectations do not have a significant and positive relationship. This research provides advice in building a digital economy in Indonesia through a program of strengthening Literacy and Regulation in utilizing the potential of Muslims and preferences in using sharia products in Indonesia in accordance with the grand plans in Building Sharia Economic and Finance 2019-2024.

Key words: sharia e-wallet, UTAUT model, performance expectancy, user values, intention behavior.

ABSTRAK

Kemunculan E-Wallet berbasis syariah merupakan hal baru di Indonesia dan diperlukan respon akademis untuk hal tersebut. Artikel ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan individu terhadap E-Wallet Syariah dengan melihat hubungan antara faktor-faktor yang berhubungan dengan niat, dengan menggunakan modifikasi dan penyederhanaan model UTAUT serta menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Studi ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti Nilai pengguna (User Value), Effort Expectancy dan Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Performance Expectancy. Dalam konteks hubungan Niat Perilaku didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Effort Expectancy dan Social Influence terhadap Intention untuk mengadopsi E-Wallet Syariah. Sedangkan User Value dan Performance Expectation tidak memiliki hubungan yang signifikan dan positif. Riset ini memberikan masukan penting dalam membangun ekonomi digital di Indonesia melalui program penguatan Literasi dan Regulasi dalam memanfaatkan potensi umat Islam dan preferensi dalam menggunakan produk syariah di Indonesia sesuai dengan grand plan dalam Membangun Ekonomi dan Keuangan Syariah 2019-2024.

Kata kunci: e-wallet syariah, model utaut, ekspektasi performa, nilai pengguna, niat pelaku.

PENDAHULUAN

Digitalisasi kehidupan global semakin hari semakin nyata begitu juga di bidang ekonomi yang biasa disebut dengan ekonomi digital. Namun demikian, Ekonomi digital tersebut masih dalam masa pencarian jati diri dan proses pematangan bentuk bahkan

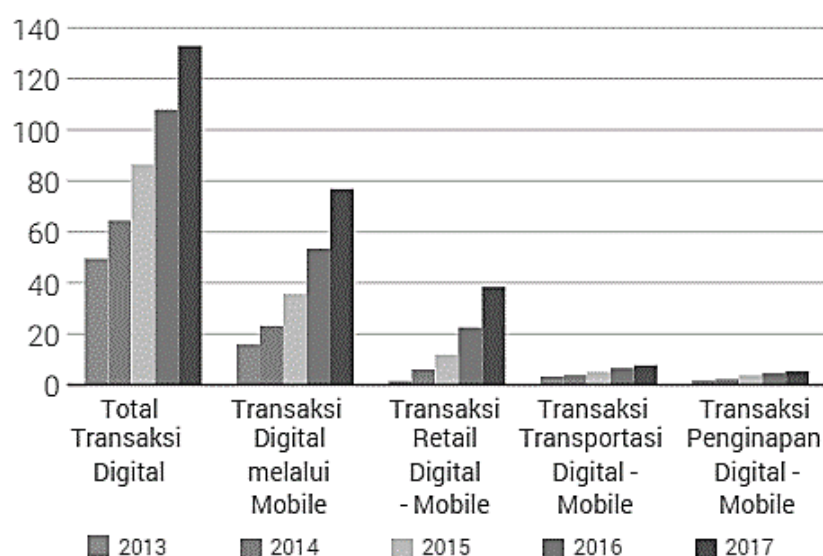
di tataran global. Dalam *Asean Investment Report 2018* ekonomi digital didefinisikan sebagai bentuk aplikasi teknologi dengan internet sebagai media penghubung yang di dalamnya terdapat proses ekonomi baik produksi maupun aktivitas perdagangan barang dan jasa. IMF sendiri dalam sebuah

publikasi berjudul ‘*Measuring Digital Ekonomi*’ mencoba menjelaskan makna istilah (*terminologi*) dari ekonomi digital sebagai sebuah tanda penyebaran proses digitalisasi ke semua sektor dalam perekonomian dari pertanian hingga perdagangan. Secara global, pasar ekonomi digital pada Tahun 2014 lalu saja telah mencapai 1,9 trilyun dollar Amerika atau setara dengan Rp. 27.550 trilyun yang diprediksi tubuh sampai dengan angka 15% pada tahun 2020, sementara untuk konsumen muslim saja diprediksi mampu mencapai angka Rp. 277 milyar dollar Amerika atau setara Rp. 4.016 Trilyun Rupiah (BAPPENAS, 2019).

Indonesia sebagai negara dengan potensi jumlah populasi Lebih dari 200 juta, persentase muslim terbesar di dunia dan sekitar 143,26 Juta penduduk pengguna internet pada tahun 2018 merupakan pasar konsumen yang potensial dalam digital ekonomi. Kajian BAPPENAS menyebutkan bahwa sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 tumbuh sampai dengan angka 169 persen dengan nilai Rp. 132 trilyun di mana pertumbuhan terbesar pada transaksi

melalui aplikasi *mobile* yang tumbuh 383 persen dan didominasi oleh sektor retail aplikasi *mobile* yang bahkan mencapai 2.437 persen. Namun, disisi lain perkembangan sektor konsumen ini belum diikuti oleh perkembangan infrastruktur digital sebagaimana terlihat pada gambar 1.

Berdasarkan data *ICT Development Index 2017* Indonesia pada tahun tersebut masih berada pada peringkat 111 dari 176 Negara dari aspek infrastruktur digital, sehingga dari sudut pandang infrastruktur digital, Indonesia masih perlu terus melakukan pembenahan disamping terus pula mengembangkan sektor penggunaannya. Sektor digital ini dari berbagai sudut pandang juga memiliki abnyak tantangan dalam pengembangannya, dalam konteks Indonesia sendiri tantangan pengembangan ekonomi digital dalam konteks teknologi keuangan memiliki tantangan baik dari sisi perkembangan teknologinya, kondisi masyarakat Indonesia sendiri serta koordinasi dari setiap stakeholder yang terkait dengan sektor ekonomi digital tersebut (Andriariza dan Agustina, 2020).



Gambar 1

Pertumbuhan transaksi digital di Indonesia 2013 -2017

Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 (Bappenas, 2019)

Dari Sektor Ekonomi Syariah, Pemerintah Indonesia sendiri di dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 menjadikan penguatan ekonomi digital sebagai salah satu agenda utama pengembangan ekonomi syariah. Dua sub sektor yang menjadi indikator evaluasi pertumbuhan di sektor ekonomi digital adalah *e-commerce* dan *fintech*, namun yang tidak kalah pentingnya adalah *tools* lain yang bisa membuat sub sektor tersebut berjalan dengan baik, yaitu *E-Wallet* atau dompet digital yang berbasis *E-Money*. Jika *E-Commerce* dan *fintech* merupakan institusi dan model yang membangun infrastruktur keuangan digital, maka *E-Money* dengan menggunakan *platform E-Wallet* adalah substansi atau media dalam memperlancar transaksi yang terjadi dalam infrastruktur digital tersebut. Maka proses penelitian dan pengembangan dalam bidang *E-Wallet* adalah bagian penting dalam mendukung rencana besar Pemerintah dalam mengembangkan ekonomi digital di Indonesia sebagai bagian dalam pengukuran dan evaluasi terhadap perilaku para pelaku ekonomi digital di Indonesia dalam menggunakan *platform* digital tersebut.

E-Wallet Syariah merupakan hal yang sangat baru dalam ekonomi digital di Indonesia, sampai saat ini satu-satunya *platform E-Wallet* dengan basis *E-Money* yang secara jelas menyatakan diri sebagai *platform E-Wallet* syariah adalah *platform E-Wallet* LinkAja. Tercatat bahwa Teknologi yang dikembangkan oleh salah satu *fintech* yaitu PT. Fintek Karya Nusantara ini mendapatkan pengakuan dan sertifikat *Sharia compliant* dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak tanggal 9 September 2019 lalu dan dianggap sudah sesuai dengan fatwa MUI tentang Uang Elektronik Syariah No. 116/DSN-MUI/IX/2017.

Karena kemunculan *platform E-Wallet* yang memiliki label resmi syariah adalah hal yang baru, maka penelitian mengenai penerimaan konsumen menjadi sesuatu yang pantas dilakukan, selain itu penelitian dalam konteks perilaku (*Behavior*) konsumen dalam teknologi digital syariah dan ekonomi

khususnya *E-Wallet* Syariah adalah hal yang baru dilakukan khususnya di Indonesia karena memang barunya teknologi dan inovasi syariah ini. Penelitian tentang penerimaan terhadap teknologi selama ini masih banyak berkisar pada teknologi pada lembaga-lembaga perbankan semisal *Mobile Banking* (Mohd Thas Thaker *et al.*, 2019; Fernandez dan Pujani, 2019; Gupta dan Arora, 2020; Raza *et al.*, 2020; Rema dan Setyohadi, 2016; Reza, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019) atau *Internet banking* (Monilakshmane dan Rajeswari, 2019; Yosita *et al.*, 2016) Penelitian tentang *E-Wallet* di Indonesia sebelumnya umumnya meneliti perilaku terhadap penerimaan *E-Wallet* yang bersifat umum saja (Reza, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019).

Sebelum fokus kepada *E-Wallet*, peneliti semisal Tella (2012) meneliti tentang salah satu jenis transaksi di dalam *E-Wallet* yaitu *E-Payment* dari sudut pandang kepuasan konsumen dan menyimpulkan bahwa aspek kecepatan, keamanan dan kenyamanan konsumen merupakan determinasi penting yang mempengaruhi kepuasan para pengguna *E-Payment*. Sementara itu Faktor-faktor lain semisal konektivitas, promosi, efisiensi, profit dan keamanan juga diteliti oleh Reza (2019) dan menyimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut juga sangat berpengaruh terhadap penggunaan *E-Payment*. Sementara itu, Salloum *et al.* (2019) memiliki kesimpulan sedikit berbeda bahwa ada aspek semisal kepercayaan yang tidak berpengaruh terhadap penggunaan *E-Payment*, sedangkan faktor-faktor keinginan untuk mendapatkan manfaat dan ekspektasi terhadap performa berpengaruh positif, namun adapula faktor yang menghambat dan berpengaruh negatif terhadap penggunaan *E-Payment* semisal keamanan, privasi dan resiko. Akan tetapi penelitian di Indonesia yang dilakukan Ridaryanto *et al.* (2019) menemukan bahwa kepercayaan dan Promosi berpengaruh sedangkan aspek sosial tidak berpengaruh. Dari sini kita melihat bahwa penelitian-penelitian empiris mengenai aspek transaksi pembayaran elektronik (*E-Payment*) yang

bisa dilakukan dengan *E-Wallet* ini masih memiliki beberapa hasil berbeda.

Penelitian-penelitian *E-Wallet* dilakukan karena memang di beberapa negara semakin hari inovasi dan kegunaannya semakin berkembang, Agbarevo dan Ukagha (2018) meneliti *E-Wallet* yang sangat bermanfaat dalam bidang pertanian bagi para petani dan menyimpulkan bahwa salah satu yang keunggulannya dalam memberikan manfaat dan kemudahan dalam sektor pertanian.

Penerimaan terhadap *E-Wallet* sendiri telah diteliti oleh peneliti semisal Chawla dan Joshi (2019) di Negara India dengan model penelitian UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang menemukan bahwa Faktor-Faktor semisal Persepsi tentang kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan, keamanan, kondisi fasilitas dan kesesuaian dengan gaya hidup memiliki efek signifikan terhadap perilaku dan sikap pengguna dalam menggunakan *E-Wallet*,

Penelitian aspek ekspektasi dan kepuasan dalam menggunakan *E-Wallet* diteliti oleh Bagla dan Sancheti (2018) yang menemukan faktor-faktor seperti harga, kompatibilitas, mobilitas juga berpengaruh. Sementara itu, untuk objek *E-Wallet* Syariah sendiri sejauh ini belum ditemukan karena memang hal baru di masyarakat, maka untuk memulai penelitian dan menambah kekayaan penelitian di bidang *E-Wallet*, maka penelitian ini mencoba meneliti penerimaan konsumen terhadap *E-Wallet* syariah yang tergolong hal baru, khususnya di Indonesia.

Keberadaan *E-Wallet* dengan layanan Syariah LinkAja sebagai *E-Wallet* dengan Layanan syariah pertama ini memunculkan pertanyaan sejauh mana penerimaan masyarakat terhadap teknologi *E-Wallet* dengan basis syariah ini, dan apakah nilai-nilai yang dimiliki pengguna, ekspektasi pengguna serta lingkungan sosial mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap *E-Wallet* Syariah sebagai bagian dari perkembangan digital ekonomi syariah di Indonesia? Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan masyarakat

dan intensi dalam penggunaan *E-Wallet* syariah dengan model simplifikasi UTAUT dengan menambahkan modifikasi variabel nilai pengguna, dan karena kebaruan keberadaan *E-Wallet* Syariah di tengah masyarakat peneliti mencoba memasukkan variabel ekspektasi baik ekspektasi performa maupun usaha yang harus dilakukan pengguna, serta apakah lingkungan sosial para pengguna mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *E-Wallet* Syariah.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu melihat dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar yang muncul saat teknologi *E-Wallet* syariah ini mulai dikenal masyarakat, dan bisa digunakan sebagai bagian untuk menyusun strategi-strategi dalam mengembangkan *E-Wallet* syariah bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang menjadi bagian dari pengembangan dan pematangan Arsitektur Ekonomi Syariah Indonesia ke arah yang direncanakan.

TINJAUAN TEORETIS

E-Wallet dan *E-Wallet* Syariah

E-Wallet atau dompet digital secara sifat serupa dengan dompet fisik (Chawla dan Joshi, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019). Beberapa peneliti mendefinisikan *E-Wallet* sebagai bagian dari aktivitas transaksi yang bersifat prabayar yang memiliki sistem keamanan baik dengan bentuk identitas pengguna (*user id*) maupun password dalam penggunaannya, secara umum *E-Wallet* sesuai dengan namanya digunakan dalam transaksi yang bersifat elektronik. Aktivitas-aktivitas yang bisa dilakukan adalah berbagai aktivitas ekonomi yang bisa dilakukan secara online pula semisal belanja dan memiliki ruang lingkup yang luas dan tidak terbatas hanya bada transfer akun bank (Chandra *et al.*, 2018). Salah satu sorotan para peneliti bahwa *E-Wallet* ini adalah alat yang membuat setiap proses transaksi ekonomi menjadi lebih efektif dan efisien (Junadi dan Sfenrianto, 2015) dan mudah digunakan (Ali dan Gopalan, 2018), dalam pandangan penulis lagi yang lebih tercatat secara otomatis dan sistematis karena bersifat data elektronik.

Dalam perkembangannya, *E-Wallet* ini juga masih memiliki hal-hal yang harus terus dikembangkan agar menjadi sebuah teknologi yang dapat semakin diterima oleh masyarakat, antara lain adalah aspek keamanan (Alif dan Pratama, 2021) dan juga inovasinya dalam menyasar seluruh komponen masyarakat yang dituju

Sementara itu, *E-Wallet* syariah sendiri merupakan hal yang baru dalam dunia ekonomi digital, sehingga masih tergolong sulit untuk memastikan konsep dan definisi baku yang disepakati semua pihak, namun secara fundamental penerimaan syariah terhadap *E-Wallet* berangkat dari kaidah dasar fiqih yang menyatakan bahwa hukum asal dari sebuah kegiatan maupun alat dalam konteks hubungan manusia dengan manusia yang lain (*Muamalah*) adalah diperbolehkan selama tidak bertentangan dan keluar dari kaidah-kaidah dan dalil hukum islam (syariah) (Nuha *et al.*, 2020).

Dalam Fatwa MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang digital syariah diketahui bahwa transaksi menggunakan *E-Wallet* dengan basis uang digital (*E-Money*) setidaknya terdapat 3 kaidah dasar dalam pengembangan *E-Wallet* sebagai *platform* transaksi uang digital:

1. Kemubahan transaksi dibatasi oleh dalil-dalil yang mengharamkan atau melarang sesuatu.
2. Transaks digital dapat dikembangkan selama menghindarkan manusia dari bahaya (*dharar*).
3. Keberadaan pengembangan digital ekonomi tersebut menghantarka kepada kemashlahatan umat.

Dalam aktifitas penyelenggaraannya, penerbit atau penyedia layanan tersebut harus berpegang kepada dua ketentuan yaitu:

- 1) Biaya yang dikenakan adalah biaya riil yang digunakan dalam rangka mendorong kemudahan transaksi
- 2) Pengenaan biaya kepada para *user* harus benar dan sesuai syariah serta taat pada peraturan yang berlaku yakni Undang-Undang.

Selain itu terdapat ketentuan khusus bahwa dana yang digunakan dalam proses transaksi keuangan digital tersebut harus ditempatkan pada Bank Syariah serta jika penggunaannya menggunakan medium kartu, maka nominal dana yang dimiliki oleh pengguna tersebut tidak boleh hilang.

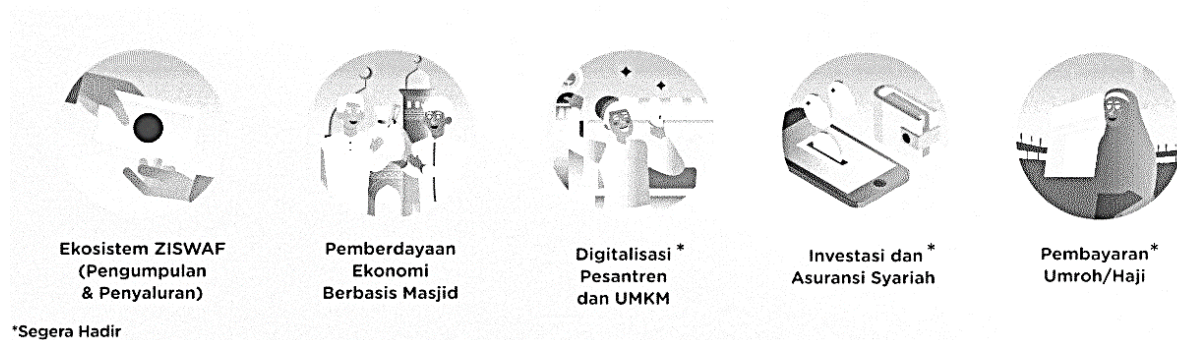
E-Wallet Syariah LinkAja

E-Wallet Syariah sendiri belum memiliki definisi baku, namun jika merujuk kepada sifat-sifatnya maka bisa disimpulkan bahwa *E-Wallet* Syariah adalah *platform* yang digunakan dalam transaksi menggunakan *E-Money* yang berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah. Dalam situs resmi LinkAja disebutkan bahwa layanan syariah yang diberikan dan dikembangkan sesuai dengan akad syariah dan tidak mengandung unsur judi (*Maysir*), ketidakjelasan (*Gharar*), unsur riba, zalim dan barang tang tidak halal.

Prinsip dasar lainnya yaitu penempatan uang melibatkan bank syariah dan tatacara aplikasi sesuai dengan syariah, sementara itu aplikasi bisa dilakukan di semua merchant yang bekerja sama dengan penerbit *platform*. Dalam Kasus Layanan Syariah LinkAja, beberapa program yang dimasukkan (*include*) dan bisa termasuk program keuangan sosial Islam semisal wakaf dan zakat, pengembangan ekonomi masjid dan yang akan dikembangkan selanjutnya adalah digitalisasi pesantren dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Investasi dan Asuransi Syariah serta Pembiayaan haji.

Dari gambar 2 diketahui bahwa hingga saat ini fitur layanan syariah yang telah berjalan adalah fitur ekosistem ZISWAF baik dari sisi pengumpulan maupun penyalurannya serta fitur pemberdayaan ekonomi berbasis masjid di mana masjid-masjid dapat menggunakan *platform* ini sebagai media untuk melakukan fundraising dalam rangka mengembangkan kegiatan masjid.

Fitur Layanan Syariah LinkAja



Gambar 2
Fitur Layanan Syariah LinkAja

Sumber: linkAja.id

Sementara itu fitur yang akan segera hadir atau masih dalam proses pengembangan oleh LinkAja meliputi digitalisasi pesantren dan UMKM, investasi dan asuransi syariah serta pembayaran untuk ibadah haji dan umroh bagi umat Islam.

Teori TAM and UTAUT

Dalam penelitian penerimaan atas teknologi, para peneliti menggunakan model yang biasa disebut *The Technology acceptance model* (TAM) yang dibangun atas dasar asumsi bahwa setiap aktivitas dan perilaku dibangun atas dasar alasan atau biasa disebut *Theory of reasoned action* (TRA). Model TAM ini menurut beberapa pendapat semisal Davis (1989) dan Pavlou (2003) merupakan model yang paling berpengaruh, memiliki ketahanan, dan sederhana dalam menghubungkan teknologi dan perilaku.

Chawla dan Joshi (2019) menjelaskan bahwa setiap perilaku manusia dipengaruhi oleh nilai-nilai subjective (*Subjective norms*) dan perilaku yang dibangun atas dasar kepercayaan seseorang. Sehingga Nilai-nilai (*Values*) menjadi penting dalam menjadi salah satu hal yang harus dikaji keterkaitannya dengan perilaku seseorang. Dalam Pendapat Shin (2009) dinyatakan bahwa pada saat ini terdapat sebuah tren dalam penelitian dimana para peneliti melakukan modifikasi variabel yang dilakukan dengan mengkolaborasikannya dengan TAM.

Sementara itu, UTAUT atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) di mana model ini bertujuan untuk mengukur maupun menjelaskan niat para pengguna teknologi (*User's intention*) berdasarkan empat konstruk utama yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating condition* sebagai faktor yang secara langsung berefek kepada *Behavioral Intention* dan perilaku konsumen atau pengguna. Telah banyak penelitian sebelumnya yang menggunakan kedua model ini dalam penelitian.

Shin (2009) menggabungkan dua model yakni TAM dan UTAUT dalam penelitiannya mengenai penerimaan terhadap *mobile wallet* dengan model structural equation Modelling (SEM) dengan banyak faktor yang menjadi determinan dengan hasil bahwa sikap pengguna mempengaruhi niatnya dalam menggunakan *mobile wallet*, sementara itu Shaw (2014) dengan menggunakan model TAM dengan menggunakan beberapa indikator termasuk kepercayaan dan *self efficacy* sebagai nilai keyakinan akan kemampuan yang mempengaruhi niat pengguna *mobile wallet*.

Madan dan Yadav (2016) yang meneliti penerimaan *Mobile Wallet* dengan model UTAUT juga menemukan bahwa *Performance Expectancy* (PE), *Social Influence* (SE), *Facilitating Conditions* (FC), *Perceived value*

serta aturan dan manfaat menjadi faktor penentu dalam niat penggunaan teknologi *Mobile Wallet*. Namun dari sekian banyak penelitian tersebut, nilai-nilai yang dijadikan rujukan adalah nilai-nilai yang bersifat matri, dan belum ada yang menjadikan nilai kepercayaan (*beliefs*) semisal religiusitas menjadi faktor yang diteliti. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini ingin mencoba mengisi gap penelitian dan mencoba membuat kebaruan penelitian dengan memasukkan nilai kepercayaan termasuk religiusitas pengguna sebagai faktor internal diri dan mencoba memodifikasi dengan cara menyederhanakan variabel UTAUT menjadi variabel ekspektasi baik performa (*Performance*) maupun Usaha (*Effort*) terhadap penggunaan sebagai bagian dari faktor yang datang dari teknologi, dan lingkungan sosial sebagai faktor yang berasal dari eksternal pengguna, sehingga melalui model yang ditawarkan nantinya akan mewakili baik faktor subjektif nilai internal pengguna, faktor yang datang dari teknologi dan faktor eksternal yakni lingkungan pengguna terhadap niat pengguna dalam mengadopsi *E-Wallet* Syariah.

Definisi Variabel dan Rancangan Hipotesis User Values (UV)

Penulis menempatkan religiusitas sebagai nilai dasar pengguna, sebagaimana dijelaskan oleh Mukhtar dan Butt (2012) bahwa religiusitas adalah perpaduan dari aturan dan prinsip-prinsip yang memiliki sifat yang transedent dan suci di mana hal tersebut mempengaruhi pemahaman dan asosiasi orang yang memegangnya serta kewajiban sosialnya dalam komunitas bersama orang lain. Worthington *et al.* (2003) lebih menjelaskan lagi bahwa pusat dari religiusitas merupakan kesadaran akan kewajiban agama, dengan kata lain Nilai Religiusitas adalah 'sejauh mana seseorang menggunakan atau menganut nilai-nilai agama, kepercayaan dan praktiknya serta menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam Penelitiannya di Negara Muslim Al-Hyari *et al.* (2012) menemukan bahwa

hubungan antara Religiusitas dan Perilaku sangat kuat yang secara berulang mempengaruhi pilihan yang diambilnya. Selain itu dalam konteks produk atau inovasi baru maka nilai-nilai tersebut akan mempengaruhi tentang produk apa dan bagaimana cara mereka adopsi dan diterima (Al-Hyari *et al.*, 2012)

Effort Expectancy (EFE)

Yang dimaksud EFE adalah derajat atau tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem oleh pengguna (Venkatesh *et al.*, 2003; 2012) dalam konteks adopsi sebuah teknologi maka semakin mudah sebuah teknologi dipergunakan maka semakin tinggi keinginan untuk mengadopsi teknologi tersebut (Lin, 2011) karena tingkat kemudahan merupakan tingkat dari adopsinya dan kemudahan tersebut menciptakan sikap ekspektasi positif terhadap teknologi (Mazhar *et al.*, 2014).

Social Influence (SI)

Venkatesh *et al.* (2003) mengartikan bahwa Usaha yang dilakukan seseorang dalam mempengaruhi dan merubah seseorang atau sekelompok orang baik dari sisi keyakinan, persepsi dan perilaku merupakan bagian dari *Social influence*, pada tahun 2012 definisi tersebut dikembangkan dalam penelitian Venkatesh *et al.* (2012) sampai sejauh apa orang-orang yang penting bagi pengguna dalam mempengaruhinya untuk menggunakan teknologi tertentu. Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

Performance Expectancy (PE)

Secara definitif PE adalah pemahaman dan keyakinan seseorang sejauh mana sistem atau teknologi membantunya dalam aktivitas tertentu (Venkatesh *et al.*, 2012) atau lebih spesifik dalam performa pekerjaan mereka (Venkatesh *et al.*, 2003) karena konteks penelitian ini adalah pemahaman dan ekspektasinya terhadap manfaat dan keuntungannya maka tidak hanya akan berpengaruh terhadap perilaku untuk menggunakan namun peneliti berasumsi

bahwa pemahaman ini juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya semisal nilai internal pengguna maupun eksternalnya. Dalam konteks pengaruhnya terhadap perilaku maka akan berpengaruh positif terhadap adopsi teknologi jika mereka memiliki pemahaman ekspektasi dan jaminan yang tinggi bahwa teknologi memiliki manfaat dan berguna bagi mereka. Dalam konteks adopsi teknologi penelitian-penelitian sebelumnya (Lai *et al.*, 2009; Mazhar *et al.*, 2014) sementara karena PE merupakan bagian dari pemahaman dan ekspektasi terhadap kepuasan dan tentu dipengaruhi pula oleh faktor lain (Tella, 2012).

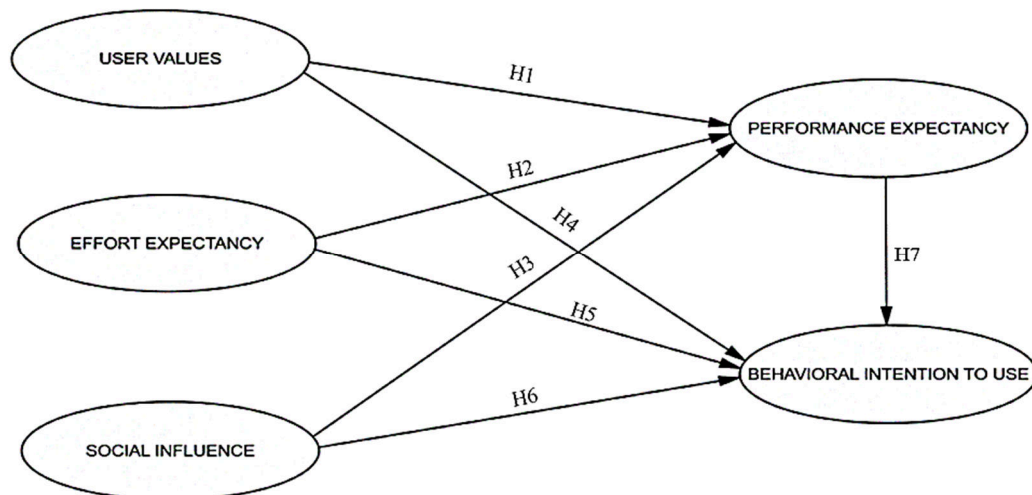
Behavior Intention (BHV)

BHV merupakan derajat niat seseorang untuk melakukan sebuah perilaku, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) bahwa niat-niat seseorang untuk melakukan sesuatu dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dan alasan tertentu (Ajzen dan Fisbhein, 1974). Niat (*intention*) inilah yang akan menggiring seseorang untuk melakukan sesuatu (Ajzen, 2012). Penelitian-penelitian sebelumnya dengan model TAM maupun UTAUT serta model-model lain pada umumnya menjadikan variabel ini sebagai variabel terikat (Junadi dan Sfenrianto, 2015; Madan dan Yadav, 2016;

Mazhar *et al.*, 2014; Mukhtar dan Butt, 2012; Reza, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019; Shin, 2009) dan merupakan variabel yang diteliti dalam teori perilaku manusia. Oleh karenanya dalam penelitian ini juga merupakan penelitian sosial dalam konteks mengukur niat perilaku manusia dalam mengadopsi sebuah teknologi yaitu *E-Wallet Syariah*.

Berdasarkan Penjelasan sebelumnya maka disusunlah Hipotesis penelitian ini sebanyak 7 buah Hipotesis sebagai berikut:

- H1: Nilai Pengguna (*User Values*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Persepsi Ekspektasi Performa (*Performance Expectancy*) penggunaan *E-Wallet Syariah*
- H2: Ekspektasi Kemudahan (*Effort Ekspek-tancy*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Persepsi Ekspektasi Performa (*Performance Expectancy*) penggunaan *E-Wallet Syariah*
- H3: Pengaruh Sosial (*Social Influence*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Persepsi Ekspektasi Performa (*Performance Expectancy*) penggunaan *E-Wallet Syariah*
- H4: Nilai Pengguna (*User Values*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Niat Perilaku (*Behavior Intention*) Untuk Menggunakan *E-Wallet Syariah*



Gambar 3
Model Kerangka Penelitian

Sumber: ilustrasi peneliti

Tabel 1
Definisi Operasional Penelitian

Variabel	Kode	Pernyataan Indikator	Referensi
<i>User Values</i>	UV1	Menurut saya, saya adalah orang yang religius	Pengembangan peneliti berdasarkan definisi dan teori dari Worthington <i>et al.</i> (2003) dan Al-Hyari <i>et al.</i> (2012)
	UV2	Nilai-nilai agama dan moral adalah sesuatu yang penting bagi saya dalam menjalani kehidupan	
	UV3	Saya selalu berusaha menjalankan aturan agama saat beraktifitas, termasuk dalam menggunakan teknologi	
	UV4	Menggunakan <i>E-Wallet</i> menurut saya harus disesuaikan dengan aturan-aturan syariah	
<i>Effort Expectancy</i>	EFE1	Interaksi saya dengan sistem <i>E-Wallet</i> syariah akan jelas dan mudah dimengerti	Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012)
	EFE2	Adalah mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan <i>E-Wallet</i> Syariah	
	EFE3	Sistem <i>E-Wallet</i> Syariah dalam ekspektasi saya akan mudah untuk digunakan	
	EFE4	Belajar untuk mengoperasikan <i>E-Wallet</i> syariah adalah mudah bagi orang seperti saya	
<i>Social Influence</i>	SI1	Menurut saya, Orang-orang yang berpengaruh terhadap perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan <i>E-Wallet</i> Syariah	Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012)
	SI2	Menurut saya, Orang-orang penting dalam hidup saya berfikir bahwa saya harus menggunakan <i>E-Wallet</i> Syariah	
	SI3	Orang-orang yang lebih senior dalam bidang yang saya tekuni juga akan mendorong dan membantu saya untuk ikut menggunakan <i>E-Wallet</i> syariah	
	SI4	Secara umum, Komunitas dan lingkungan saya akan mendukung adanya <i>E-Wallet</i> syariah	
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	Penggunaan <i>E-Wallet</i> dengan sistem syariah akan berguna bagi pekerjaan saya	
	PE2	Penggunaan sistem syariah dalam <i>Platform E-Wallet</i> akan mampu membuat saya menyelesaikan tugas lebih cepat	
	PE3	Menggunakan sistem syariah dalam <i>platform E-Wallet</i> akan mampu membuat saya menyelesaikan tugas lebih cepat	
	PE4	Jika saya menggunakan sistem syariah dalam <i>platform E-Wallet</i> akan meningkatkan kesempatan saya untuk menambah penghasilan dan karir saya	
<i>Behavior intention to use</i>	BHV1	Saya berniat untuk menggunakan <i>E-Wallet</i> dengan sistem syariah dalam beberapa waktu/bulan ke depan	

BHV2	Saya prediksi bahwa saya akan menggunakan E-Wallet dengan sistem syariah dalam beberapa waktu/bulan ke depan
BHV3	Saya berencana untuk menggunakan E-Wallet dengan sistem syariah dalam beberapa waktu/bulan ke depan
BHV4	Jika saya pengguna LinkAja, saya akan menggunakan layanan syariahnya sesegera mungkin

Sumber: tabel ilustrasi peneliti

- H5: Ekspektasi Kemudahan (*Effort Ekspectancy*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Niat Perilaku (*Behavior Intention*) Untuk Menggunakan E-Wallet Syariah.
- H6: Pengaruh Sosial (*Social Influence*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Niat Perilaku (*Behavior Intention*) Untuk Menggunakan E-Wallet Syariah.
- H7: Ekspektasi Performa (*Performance Expectancy*) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Niat Perilaku (*Behavior Intention*) untuk Menggunakan E-Wallet Syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, di mana data penelitian sebagai sumber untuk menjawab hipotesis yang ada. Data diperoleh dari proses pengumpulan data dengan menggunakan *online survey* yang bertujuan agar data lebih mudah diperoleh dan cepat dalam proses pengumpulannya. *Online Survey* ini dilakukan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna E-Wallet terhadap E-Wallet syariah. Indikator dalam setiap pertanyaan dikembangkan berdasarkan penelitian sebelumnya menggunakan pengukuran *five-point likert scale*. Operasional dari proses pengumpulan pernyataan responden terdapat dalam tabel 1.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Sebagaimana dijelaskan oleh Kothari (2004) bahwa penentuan populasi berdasarkan tujuan dari penelitian, maka peneliti

menetapkan populasi penelitian adalah para pengguna E-Wallet baik syariah maupun umum, dengan kata lain penelitian ini menentukan populasi berkaitan dengan sekelompok orang atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk diteliti dan dipelajari (Sekaran dan Bogie, 2016). Dari populasi tersebut dikumpulkanlah sampel dari masyarakat Indonesia pengguna E-Wallet dan dari penyebaran online survey terkumpul 150 reponden namun hanya 137 responden yang dapat diproses dalam penelitian. Berdasarkan Hair *et al.* (2014b) jumlah tersebut telah memenuhi syarat minimal model SEM dengan 20 indikator penelitian ini di mana telah memenuhi 5-10 kali dari indikator penelitian. Demografi dari responden sendiri bisa dilihat dari tabel 2.

Tabel 2
Demografi Responden Penelitian

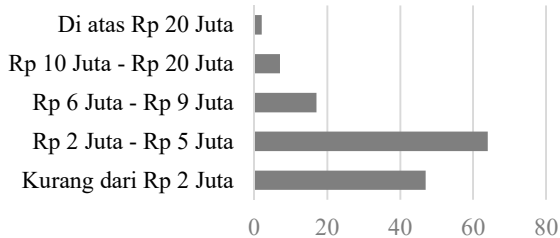
No	Keterangan Demografi	Jumlah	Prosentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	63	46%
	Perempuan	74	54%
	Total	137	100%
2	Usia		
	Di bawah 20 tahun	3	2%
	21-30 tahun	97	71%
	31-40 tahun	30	22%
	41 -50 tahun	7	5%
	Di atas 50 tahun	0	0%
	Total	137	100%
3	Status Pernikahan		
	Menikah	60	44%
	Belum menikah	73	53%

	Tidak menyebutkan	4	3%
	Total	137	100%
4	Tingkat Pendidikan		
	SMA/MA	9	7%
	D1/D2/D3	3	2%
	S1	66	48%
	S2	52	38%
	S3	7	5%
	Total	137	100%
5	Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	4	3%
	Pegawai Negeri	22	16%
	Pegawai Swasta	22	16%
	Pelajar/ Mahasiswa	69	50%
	Wirausaha	10	7%
	Dokter	1	1%
	Dosen	2	1%
	Guru	3	2%
	Honoror	4	3%
	Total	137	100%

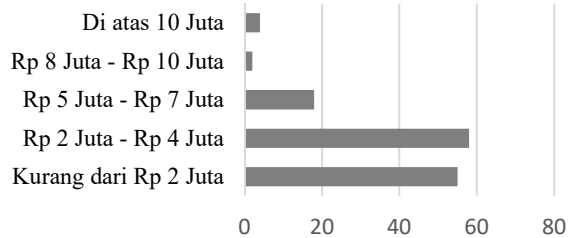
Sumber: Data diolah

Dari tabel 2 dan gambar 4, kita mendapatkan bahwa jenis kelamin responden cukup seimbang dengan 54% perempuan dan 46% laki-laki, Responden penelitian ini sendiri mayoritas berada di rentang umur 21 sampai dengan 30 Tahun dan dari sini kita tahu bahwa kebanyakan dari responden adalah generasi Millennial yang lahir di sekitar Tahun 1990 sampai dengan 2000 dengan tingkat pendidikan mayoritas cukup tinggi yaitu sarjana S1 (48%) dan S2 (38%), mayoritas dari responden adalah sudah menikah (53%). Responden Mayoritas berasal dari Jawa Timur (36%) dan selanjutnya tersebar di Jawa Barat (12%), Kalimantan (12%), Jabodetabek (11%) dan Sumatera (10%). Selain itu, Responden penelitian ini mayoritas berada pada tingkat pendapatan 2 juta sampai 5 juta rupiah perbulan (47%) dan pengeluarannya sekitar 2 sampai 4 juta rupiah perbulan (42%).

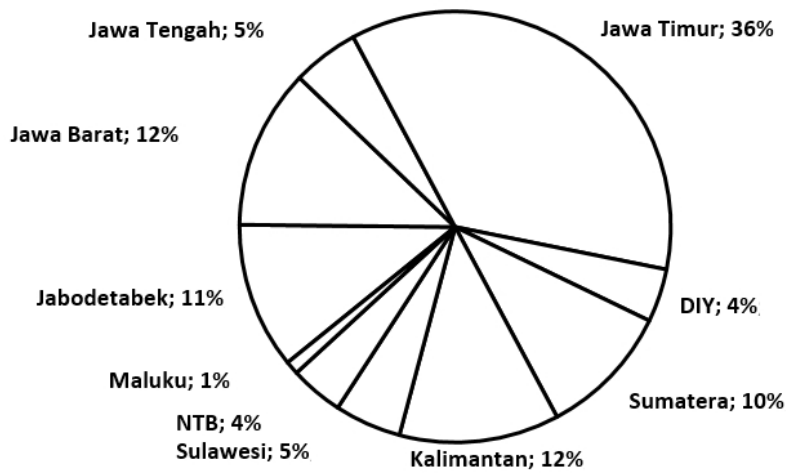
Tingkat Pendapatan Responden



Tingkat Pengeluaran Responden



PERSEBARAN DOMISILI RESPONDEN



Gambar 4

Tingkat Pendapatan, Pengeluaran dan Persebaran Domisili Responden

Sumber: Data diolah

Pembahasan

Sebelum melihat hasil permodelan, peneliti memproses dan memvalidasi setiap indikator yang digunakan dalam penelitian dalam mengumpulkan data persepsi responden dari 20 atribut yang ada seperti pada tabel 3.

Pada tabel 3 dapat diketahui bahwa seluruh atribut penelitian dari 5 variabel yang digunakan dalam penelitian menunjukkan hasil yang valid.

Berdasarkan *Loading Factor* dari model Analisis SEM dengan AMOS 24 diketahui bahwa setiap indikator yang merupakan

faktor komponen penyusun variabel laten telah berada di atas 0,5.

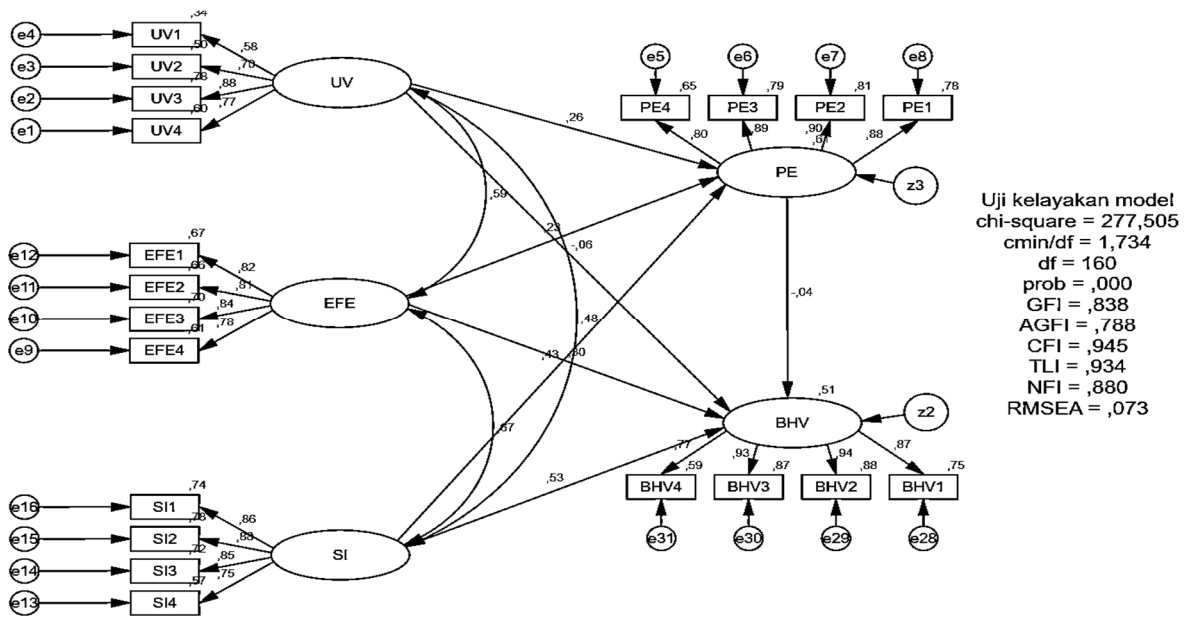
Atribut dengan nilai *loading factor* validitas tertinggi adalah atribut SI2 pada variabel *social influence*. Sementara itu atribut yang mendekati nilai ambang batas *loading factor* adalah atribut UV2 pada variable *User values*.

Artinya berdasarkan signifikansi dari nilai *loading factor* dan nilai probabilitas setiap pernyataan atau indikator yang digunakan dalam penelitian ini menjadi indikator-indikator yang valid dalam menyusun variabel laten penelitian.

Tabel 3
Validitas kontruks setiap indikator

	Hubungan	Estimate	S.E.	C.R.	P
UV4	<--- UV	1,000			
UV3	<--- UV	,859	,086	9,961	***
UV2	<--- UV	,625	,077	8,164	***
UV1	<--- UV	,628	,095	6,596	***
PE4	<--- PE	1,000			
PE3	<--- PE	1,094	,089	12,327	***
PE2	<--- PE	1,117	,089	12,577	***
PE1	<--- PE	1,090	,089	12,246	***
EFE4	<--- EFE	1,000			
EFE3	<--- EFE	1,031	,100	10,343	***
EFE2	<--- EFE	1,131	,114	9,922	***
EFE1	<--- EFE	1,108	,110	10,033	***
SI4	<--- SI	1,000			
SI3	<--- SI	1,145	,112	10,272	***
SI2	<--- SI	1,212	,113	10,756	***
SI1	<--- SI	1,146	,109	10,491	***
BHV1	<--- BHV	1,000			
BHV2	<--- BHV	1,017	,063	16,274	***
BHV3	<--- BHV	1,048	,065	16,002	***
BHV4	<--- BHV	,885	,079	11,185	***

Sumber: data diolah



Gambar 5
Hasil Analisis Model SEM Standardized Value

Sumber: data diolah

Tabel 4
Uji Kelayakan Model

Indeks Goodness of Fit	Nilai Indeks	Cut Off Value	Evaluasi Model
Chi Square (df=160)	277,505		
Probability Level	0,000	> 0,05	Tidak Fit Model
Cmindf	1,734	< 2	Fit Model
Goodness of Index (GFI)	0,838	≥ 0,9	Tidak Fit Model
Adjusted Goodness of Index (AGFI)	0,788	≥ 0,9	Tidak Fit Model
RMSEA	0,073	≤ 0,1	Fit Model
RMR	0,044	≤ 0,05	Fit Model
Tucker-Lewis Index (TLI)	0,934	≥ 0,9	Fit Model
Comparative Fit Index (CFI)	0,945	≥ 0,9	Fit Model
Normo Fit Index (NFI)	0,880	≥ 0,9	Tidak Fit Model

Sumber: data diolah

Setelah itu peneliti melakukan uji kelayakan model dan dihasilkan seperti yang terlihat pada Tabel 4 bahwa Mayoritas Indeks kelayakan model menyatakan bahwa Model telah Fit baik dari Indeks CMINDF, RMSEA, RMR, TLI dan CFI, sementara beberapa Indeks masih menyatakan belum fit seperti jika dilihat dari level probabilitas, GFI, AGFI dan NFI. Dengan demikian, secara umum model penelitian telah layak menjadi sebuah model penelitian ditinjau dari *Goodness of Fit*.

Selanjutnya, setelah dilakukan proses menggunakan AMOS 24 maka penelitian ini menghasilkan luaran dari uji hipotesis, dan bisa dilihat bahwa berdasarkan tabel 5 maupun yang terlihat pada gambar 5 yang memperlihatkan hasil analisis pada model SEM menggunakan *standardized value* bahwa hasil uji hipotesis pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang cukup seragam melihat hubungan dari setiap variabel yang ada pada konstruk penelitian

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis

	Hubungan		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hasil	Keterangan
PE	<---	UV	,264	,091	2,890	,004	Signifikan	H1 diterima
PE	<---	EFE	,300	,137	2,185	,029	Signifikan	H2 diterima
PE	<---	SI	,479	,114	4,194	***	Signifikan	H3 diterima
BHV	<---	UV	-,070	,119	-,590	,555	Tidak Signifikan	H4 ditolak
BHV	<---	EFE	,453	,180	2,512	,012	Signifikan	H5 diterima
BHV	<---	SI	,705	,164	4,303	***	Signifikan	H6 diterima
BHV	<---	PE	-,044	,141	-,315	,752	Tidak Signifikan	H7 ditolak

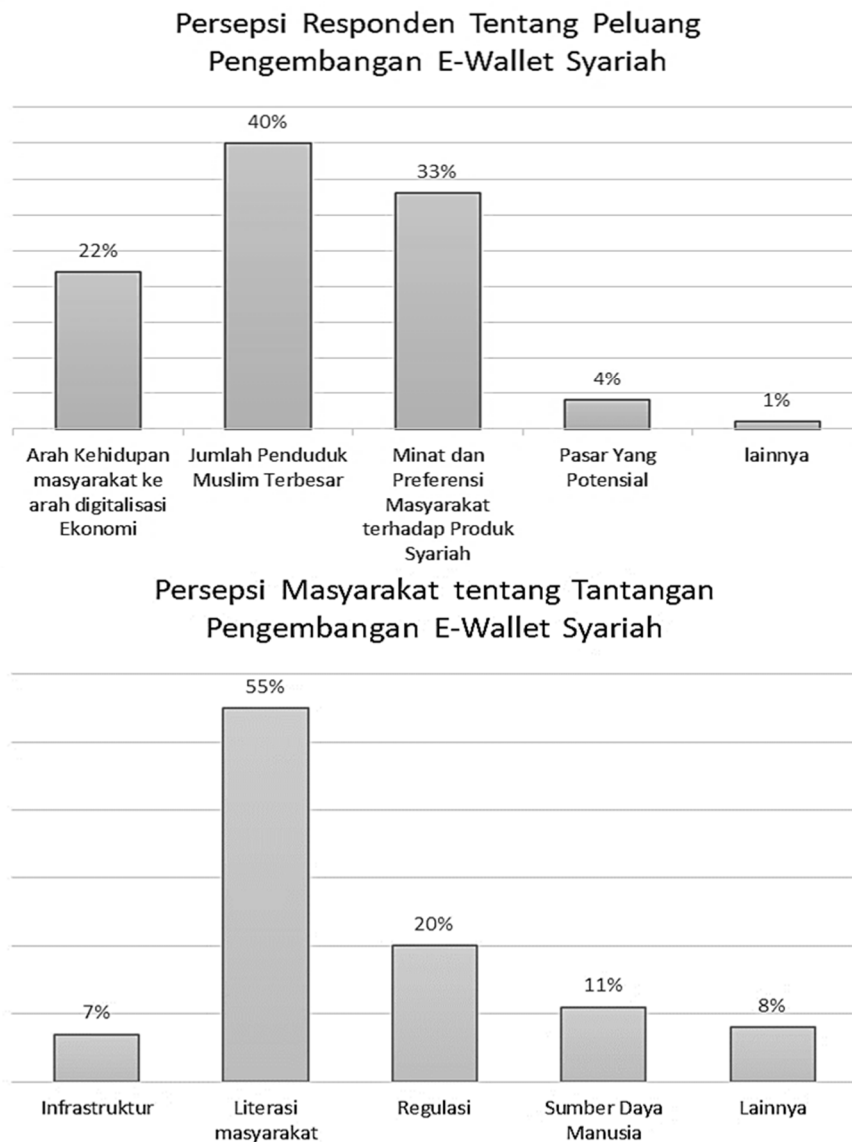
Sumber: data diolah

Dari hasil uji hipotesis didapatkan hasil dari 7 hipotesis yang dicitawarkan dalam penelitian ini terdapat 5 hipotesis yang diterima dan 2 Hipotesis yang ditolak, *H1* Penelitian diterima yang berarti *User Values* khususnya religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap Persepsi ekspektasi dan pemahaman (*Performance Expectancy*) pengguna tentang manfaat *E-Wallet* Syariah, atau dengan kata lain munculnya *E-Wallet* Syariah dianggap membawa nilai manfaat dan keuntungan bagi kehidupan Pengguna, hal ini dapat disebabkan bahwa Responden menganggap bahwa Manfaat yang dibeikan *E-Wallet* Syariah sejalan dengan Nilai-Nilai Hidup yang dipegang oleh *E-Wallet*.

Senada dengan hal tersebut *H2* diterima yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Effort Expectancy* dan *Performa Expectancy* yang artinya bahwa Persepsi tentang manfaat yang didapat searah dengan kemudahan yang diberikan, hal ini bisa jadi disebabkan bahwa para Responden yang telah mengenal *E-Wallet* sebagai media yang mudah digunakan juga berekspektasi bahwa mereka akan mendapatkan manfaat uang positif dalam kehidupannya dari keberadaan teknologi-teknologi *E-Wallet* yang baru. Begitu Pula *Social Influence* yang terdapat dalam *H3* juga diterima dari hasil penelitian ini dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Performance expectancy* yang artinya secara lingkungan sosial para responden mengang-

gap bahwa orang-orang yang penting bagi mereka mendukung dalam penggunaan teknologi *E-Wallet* Syariah hal ini dapat dikeranakan karena *E-Wallet* secara umum telah dikenal di tengah masyarakat dan semakin hari semakin banyak penggunanya sehingga jika ada inovasi dan perkembangan *E-Wallet* baru di tengah masyarakat sudah tidak menjadi masalah dan tetap didukung keberadaannya.

Hal menarik terlihat saat masuk kepada Hipotesis keempat di mana *H4* ditolak dan tidak terdapat hubungan signifikan, dan jika kita lihat nilai estimasi dari hasil pengaruh Nilai terhadap *Behavior Intention* adalah Negatif, dalam analisis penulis bahwa nilai (*User Values*) ini tidak berpengaruh dan cenderung negatif terhadap niat perilaku dikarenakan sebagian responden menganggap tidak ada perbedaan antara teknologi *E-Wallet* syariah dengan *E-Wallet* pada umumnya dan belum yakin dengan nilai kesyariahan teknologi yang baru muncul, hal ini terbukti bahwa dari data penelitian yang penulis kumpulkan mengenai tantangan *E-Wallet* mayoritas pendapat pertama yaitu literasi masyarakat yang kurang tentang *E-Wallet* Syariah (55%) serta regulasi yang menguatkan *E-Wallet* (20%) serta dari 8% yang menjawab lainnya ada sekitar 36% yang menjawab bahwa fatwa yang mendukung masih belum kuat serta masih ada banyak stigma negatif terhadap syariah seperti yang tertera pada gambar 6.



Gambar 6

Tantangan dan Peluang Pengembangan Ekonomi Digital Syariah di Indonesia

Sumber: data diolah

Masyarakat lebih dominan memiliki untuk menggunakan teknologi karena faktor lingkungan dan kemudahan teknologi *E-Wallet* saja terbukti dengan hasil penelitian ini dimana hasil uji *H5* dan *H6* adalah diterima artinya ada hubungan signifikan yang positif antara *Effort Expectancy* dan *Social Influence* terhadap *Behavior intention* untuk menggunakan *E-Wallet* Syariah. Sementara itu pada *H7* hipotesis penelitian ini ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan dan positif antara *Performance expectancy* terhadap *Behavior Intention* peng-

gunaan *E-Wallet* Syariah dan hal ini dapat dikarenakan karena tidak ada hubungan secara langsung antara manfaat *E-Wallet* syariah dengan latar belakang kehidupan dan keseharian responden (Rema dan Setyohadi, 2016) atau mayoritas responden belum merasakan bahwa manfaat yang bisa didapatkan dari menggunakan *E-Wallet* syariah bisa meningkatkan dan menguntungkan pekerjaan dan karirnya, hal ini bisa saja terjadi karena mayoritas responden yang mau mengisi penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa yang belum membutuh-

kan manfaat langsung dari *E-Wallet* untuk menunjang karirnya sebagai pelajar.

Sebagai tambahan, peneliti juga melakukan survey terhadap pendapat responden mengenai peluang dan tantangan pengembangan *E-Wallet* Syariah di Indonesia seperti pada Grafik 3. Dari sisi peluang 47% responden menjawab bahwa jumlah penduduk muslim terbesar di Indonesia adalah peluang bagi berkembangnya *E-Wallet* syariah, sementara 33% menjawab bahwa minat dan preferensi masyarakat terhadap produk syariah juga menjadi peluang, selebihnya 22% menjawab arah kehidupan masyarakat kepada digitalisasi ekonomi merupakan iklim yang mendukung.

Namun dari sisi tantangan Literasi masyarakat dan regulasi merupakan dua tantangan terbesar dari pengembangan *E-Wallet* Syariah, artinya bahwa jumlah penduduk dan preferensi masyarakat Indonesia terhadap produk syariah seharusnya dibarengi dengan gencarnya strategi dengan meningkatkan literasi serta dengan memberikan dukungan penuh baik dari sisi hukum positif maupun fatwa, agar masyarakat yang didominasi memiliki nilai yang kuat terhadap syariah merasa lebih aman dan terjamin serta tidak memiliki keraguan bahwa memang teknologi *E-Wallet* syariah adalah teknologi yang mendukung nilai-nilai religiusitas yang dipegang dalam kehidupan dan bukan hanya bagian dari strategi marketing dan pasar saja yang pada akhirnya memunculkan anggapan dan stigma bahwa *E-Wallet* Syariah dan *E-Wallet* umum sama saja dan tidak berbeda.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian yang bertujuan mengukur penerimaan masyarakat terhadap keberadaan *E-Wallet* Syariah dengan model modifikasi dan simplifikasi UTAUT ini mendapatkan beberapa hasil dimana *User values*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi *Performance Expectancy* penggunaan *E-Wallet* Syariah, kemudian *Effort Expectancy*

dan *Social Influence* juga memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap nita atau *Behavior intention* untuk menggunakan *E-Wallet* syariah, sementara itu *User Values* dan *Performance Expectancy* belum memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* Syariah.

Selain itu, dari sisi Peluang dan tantangan Pengembangan *E-Wallet* syariah untuk mengembangkan Ekonomi Digital di Indonesia peluang terbesar adalah Jumlah penduduk muslim serta minat dan preferensi mereka terhadap produk syariah, dan tantangan terbesar yang menjadi hal yang perlu diperhatikan adalah tingkat Literasi Masyarakat dan Regulasi untuk mendukung perkembangan *digital economy* khususnya *E-Wallet* Syariah.

Saran

Perlu dirumuskan strategi-strategi dalam mendukung kesuksesan rencana membangun arsitektur keuangan syariah di Indonesia dengan meluncurkan program-program untuk meningkatkan literasi masyarakat di segala lini dan mendukung inklusivitas mereka mengenai ekonomi Islam maupun Ekonomi Syariah. Selain itu, perlu ada kerja keras pihak-pihak yang memiliki kewenangan seperti Pemerintah dan Lembaga-lembaga yang memiliki peran potensial dalam pengembangan Ekonomi Syariah Seperti MUI, Komite Nasional Ekonomi Syariah (KNEKS) serta pihak-pihak lain untuk mendukung dan membuat regulasi, fatwa dan aturan-aturan yang memperkuat posisi Ekonomi Digital Syariah sebagai solusi dalam kehidupan untuk meningkatkan dan mendukung nilai-nilai kehidupan yang dipegang oleh mayoritas masyarakat Indonesia.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang penuh dengan keerbatasan, salah satunya adalah penggunaan metode kuesioner yang memiliki potensi bias yang tinggi dalam hasilnya, selain itu perlu pula ditambahkan

faktor-faktor dan indikator lain yang bisa saja memiliki determinasi yang lebih besar dalam meneliti dan mengembangkan ekonomi digital syariah di Indonesia. Diharapkan peneliti-peneliti selanjutnya bisa meneliti langsung pengalaman empiris dari masyarakat yang telah menggunakan *E-Wallet* Syariah secara langsung dan telah merasakan kepuasan, manfaatnya sehingga bisa diukur secara nyata dan meningkatkan pemahaman dari tingkat persepsi ke tingkat pengalaman empiris pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbarevo, M. N. dan O. Ukagha. 2018. Determinants of Participation of Farmers in the E-Wallet Agricultural Input Delivery System in Abia State Nigeria. *Journal of Agricultural Extension* 22(3): 109–116.
- Ajzen, I. 2012. The Theory of Planned Behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology* 1(211): 438–459.
- Ajzen, I. dan M. Fishbein. 1974. Factors Influencing Intentions and the Intention-Behavior Relation. *Human Relations* 27(1): 1–15.
- Al-Hyari, K., M. Alnsour, G. Al-Weshah, dan M. Haffar. 2012. Religious Beliefs and Consumer Behaviour: from Loyalty to Boycotts. *Journal of Islamic Marketing* 3(2): 155–174.
- Ali, J. M. dan L. V. Gopalan. 2018. E-Wallet Payment: Swot Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspect, Special Issue* (April): 155–158.
- Alif, M. S. dan A. R. Pratama. 2021. Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia. *Automata* 2(1).
- Andriariza, Y. dan L. Agustina. 2020. Perkembangan dan Tantangan Industri Teknologi Finansial Indonesia di Era Ekonomi Digital. *Masyarakat Telematika dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi* 11(2): 116–127.
- Mohd Thas Thaker, M. A. B., A. B. Allah Pitchay, H. B. Mohd Thas Thaker, dan M. F. B. Amin. 2019. Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: an Approach of Partial Least Squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing* 10(4): 1037–1056.
- Bagla, R. K. dan V. Sancheti. 2018. Gaps in Customer Satisfaction with Digital Wallets: Challenge for Sustainability. *Journal of Management Development* 37(6): 442–451.
- BAPPENAS. 2019. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024* (D. bidang EKonomi, ed.). Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Chandra, Y. U., Ernawaty, dan Suryanto. 2018. Bank vs Telecommunication *E-Wallet*: System Analysis, Purchase, and Payment Method of GO-mobile CIMB Niaga and T-Cash Telkomsel. *Proceedings of 2017 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*: 165–170.
- Chawla, D. dan H. Joshi. 2019. Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India - an Empirical Study. *International Journal of Bank Marketing* 37(7): 1590–1618.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13(3): 319–339.
- Fernandez, F. dan V. Pujani. 2019. Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5(2): 165–180.
- Gupta, K. dan N. Arora. 2020. Investigating Consumer Intention to Accept Mobile Payment Systems through Unified Theory of Acceptance Model: an Indian Perspective. *South Asian Journal of Business Studies* 9(1): 88–114.
- Hair, J. F., M. Sarstedt, L. Hopkins, dan V. G. Kuppelwieser. 2014a. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): an Emerging Tool in Business Research. *European Business Review* 26(2): 106–121.

- Hair, J. F., M. Gabriel, dan V. K. Patel. 2014b. Amos Covariance-Based Structural Equation Modelling (CB-SEM): Guidelines On its Application as a Marketing Research Tool. *Revista Brasileira de Marketing* 13(2): 44-55.
- Junadi dan Sfenrianto. 2015. A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci): 214-220.
- Kothari, C. 2004. *Research Methodology: Methods and Techniques* (Second Rev). New Age International Publisher. New Delhi, India.
- Lai, D. C. F., I. K. W. Lai, dan E. Jordan. 2009. An Extended Utaut Model for the Study of Negative User Adoption Behaviours of Mobile Commerce. *Proceedings of the International Conference on Electronic Business (ICEB)*: 720-728.
- Lin, H. F. 2011. An Empirical Investigation of Mobile Banking Adoption: The Effect of Innovation Attributes and Knowledge-Based Trust. *International Journal of Information Management* 31(3): 252-260.
- Madan, K. dan R. Yadav. 2016. Behavioural Intention to Adopt Mobile Wallet: a Developing Country Perspective. *Journal of Indian Business Research* 8(3): 227-244.
- Mazhar, F., M. Rizwan, U. Fiaz, S. Ishrat, M. S. Razzaq, dan T. N. Khan. 2014. An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting* 1(1): 478-501.
- Monilakshmane, A. dan B. Rajeswari. 2019. Factors Influence the Choice of Mobile Apps for Transactions among Youngsters. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)* 8(2): 612-617.
- Mukhtar, A. dan M. M. Butt. 2012. Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity. *Journal of Islamic Marketing* 3(2): 108-120.
- Nuha, U., M. N. Qomar, dan R. A. Maulana. 2020. Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah? *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 4(1): 59-68.
- Pavlou, P. A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* 7(3): 101-134.
- Raza, S. A., N. Shah, dan M. Ali. 2020. Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model. *Journal of Islamic Management Studies* 10(1): 357-376.
- Rema, Y. O. L. dan D. B. Setyohadi. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Mobile Banking Studi Kasus: BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi (SRITI)* 1(1): 114-122.
- Reza, Y. 2019. Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen* 3: 31-48.
- Ridaryanto, R. K. Firmansyah, R. Kartono, dan A. M. Sundjaja. 2019. Factors Affecting the Use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering* 8(6): 3645-3651.
- Salloum, S. A., M. Al-Emran, R. Khalaf, M. Habes, dan K. Shaalan. 2019. An Innovative Study of E-Payment Systems Adoption in Higher Education: Theoretical Constructs and Empirical Analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 13(6): 68-83.
- Sekaran, U. dan R. Bogie. 2016. *Research Methods for Business* (Seventh Ed). John Wiley & Sons. West Sussex, England.
- Shaw, N. 2014. The Mediating Influence of Trust in the Adoption of the Mobile Wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services* 21(4): 449-459.
- Shin, D. H. 2009. Towards an Understanding of the Consumer Acceptance of Mobile Wallet. *Computers in Human Behavior* 25(6): 1343-1354.
- Tella, A. 2012. Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective. *International Journal of E-*

- Adoption* 4(3): 15–38.
- Venkatesh, V., M. G. Morris, M. Hall, G. B. Davis, F. D. Davis, dan S. M. Walton. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly* 27(3): 425–478.
- Venkatesh, V., J. Y. L. Thong, dan X. Xu. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly* 36(1): 157–178.
- Worthington, E. L., Jr., N. G. Wade, T. L. Hight, J. S. Ripley, M. E. McCullough, J. W. Berry, M. M. Schmitt, J. T. Berry, K. H. Bursley, dan L. O'Connor. 2003. The Religious Commitment Inventory-10: Development, Refinement, and Validation of a Brief Scale for Research and Counseling. *Journal of Counseling Psychology* 50(1): 84–96.
- Yosita, M., R. Rifaldi, dan W. Giri. 2016. Analisis Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Multidimensional Trust) dan Risiko yang dirasakan (Perceived Risk) dengan model modifikasi UTAUT-LUO Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis* 5(1): 64–74.