

## NIAT DAN PERILAKU MAHASISWA DI INDONESIA UNTUK BERTRANSAKSI ZISWAF SECARA DIGITAL MELALUI LAYANAN M-BANKING SYARIAH

Defi Insani Saibil<sup>1</sup>, Muhamad Fathul Romadoni<sup>2</sup>

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: [defi.saibil@uin-suka.ac.id](mailto:defi.saibil@uin-suka.ac.id), [muhamad.fr18@gmail.com](mailto:muhamad.fr18@gmail.com)

**Abstrak :** Penelitian ini untuk menganalisis prilaku dan niat mahasiswa untuk bertransaksi ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah. Penelitian ini menggunakan perluasan model Unified Theory of Acceptance and Use to Thechnology (UTAUT) dengan menambahkan konstruk trust. Penggumpulan data menggunakan google form dengan sampel mahasiswa yang pernah ber-ZISWAF secara digital melalui m-banking syariah dengan jumlah sampel 97 responden. Temuan penelitian mununjukan bahwa niat ber-ZISWAF melalui m-banking syariah dipengaruhi oleh social influence, facilitating condition dan trust. Namun variabel performance expectany dan effort expectancy tidak signifikan terhadap behavior intention. Sedangkan pada perilaku adopsi (usage adopsi) dipengaruhi oleh trust dan behavior intention yang secara signifikan mempengaruhi adopsi penggunaan layanan m-banking syariah untuk ber-ZISWAF dikalangan mahasiswa di Indonesia.

**Kata kunci** Prilaku, Niat, UTAUT, ZISWAF, M-Banking Syariah

**Abstract :** This research is to analyze the behavior and intentions of students to transact ZISWAF digitally through sharia m-banking services. This study uses the expansion of the Unified Theory of Acceptance and Use to Technology (UTAUT) model by adding the trust construct. Data collection used the Google form with a sample of students who had ZISWAF digitally through sharia m-banking with a sample of 97 respondents. The research findings show that the intention to participate in ZISWAF through sharia m-banking is influenced by social influence, facilitating conditions and trust. However, the variable performance expectations and effort expectations are not significant to behavioral intentions. Meanwhile, adoption behavior (usage adoption) is influenced by beliefs and behavioral intentions which significantly influence the adoption of sharia m-banking services for students with ZISWAF among students in Indonesia.

**Keywords:** Behavior, Intentions, UTAUT, ZISWAF, Sharia M-Banking

### A. PENDAHULUAN

Adanya pandemi Covid-19 membuat masyarakat telah terbiasa menggunakan teknologi berbasis internet dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya transaksi non-tunai dikalangan masyarakat. Pada awal tahun 2022 nilai transaksi uang elektronik meningkat sebesar 66,65% dan transaksi digital *banking* tumbuh 62,82% (Bank Indonesia 2022). Adanya peningkatan transaksi digital juga terjadi pada penghimpunan dana sosial Islam (ZISWAF). Menurut Tarmizi Tohor (Direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, KEMENAG) menyatakan selama pandemi Covid-19, rasa kedermawanan masyarakat sangat besar terbukti adanya tren transaksi keuangan sosial Islam (ZISWAF) melalui layanan digital yang semakin meningkat.

Bank Indonesia juga mencatat, *platform* digital yang paling sering digunakan dalam pembayaran keuangan sosial Islam di Indonesia oleh Organisasi Pengumpul Zakat (OPZ) untuk menghimpun zakat yakni *Mobile Banking* (20,8%), *Mobile Payment* (20,8%), *Mobile*

Apps selain *Mobile Banking* dan *Payment* (20,8%) serta Perbankan (19,3%). Sementara itu untuk porsi yang diperoleh dari pengumpulan dana zakat melalui platform digital masih didominasi sektor Perbankan (61,8%), diikuti *Mobile Apps* (27,7%), *Crowdfunding* (6,5%), serta *E-commerce* (4%)<sup>1</sup>.

Survey yang dilakukan (Musyaffi, Sari, and K Respati 2021) membuktikan bahwa dengan adanya pandemi Covid-19 penggunaan kanal donasi digital menjadi 78,57% dari sebelumnya yang hanya 48,31%. Pada tahun 2021 penghimpunan ZIS (Zakat Infaq Sedekah) dan DSKL (Dana Sosial Keagamaan Lainnya) meningkat menjadi 102% dengan nilai transaksi yang mencapai Rp 513,2 miliar. Penghimpunan melalui channel digital meningkat sebesar 51% dari tahun sebelumnya (2020) dengan nilai transaksi yang menapai Rp 136,99 miliar (Humas BAZNAS 2021). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa saat ini telah terjadi kenaikan utilisasi transaksi uang elektronik antara umat dan lembaga sosial melalui channel digital. Adanya peningkatan utilitas dari muzaki dalam melakukan pembayaran melalui kanal digital tersebut memperkuat alasan dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini untuk mengetahui determinasi niat dan prilaku untuk ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah pada generasi muda yang difokuskan pada mahasiswa karena memiliki peran aktif dalam proses transformasi digital termasuk dalam hal pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikenalkan<sup>2</sup>. Teori UTAUT dipilih karena telah diuji secara empiris<sup>3</sup> dengan kemampuan yang cukup kuat dalam memprediksi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi<sup>4</sup>. Teori ini merupakan model yang cukup berpengaruh pada penerimaan sebuah teknologi serta telah pada penelitian terkait penerimaan dari suatu teknologi<sup>5</sup>. Penelitian yang dilakukan oleh Musyaffi dkk yang meneliti adopsi digital payment menggunakan eksistensi model UTAUT<sup>6</sup>. Hasil penelitian menyatakan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *personal innovativeness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku (*behavior intention*) sedangkan *perceived security* dan *social influence* tidak signifikan. Terkait perilaku adopsi secara signifikan dipengaruhi variabel *facilitating conditions* dan *behavior intention*. Penelitian Purwanto yang meneliti perilaku nasabah menggunakan sistem *mobile banking* di Indonesia dengan model UTAUT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *social influence* tidak

<sup>1</sup>Bank Indonesia, “Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (SPIP),” *Bank Indonesia*.

<sup>2</sup>Viswanath Venkatesh et al., “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27, no. 2 (2003).

<sup>3</sup>Raja Sankaran and Shibashish Chakraborty, “Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust,” *IIM Kozhikode Society & Management Review*, (2021).

<sup>4</sup>Alex Fahrur Riza, “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, no. 1 (2021), hlm. 1–16.

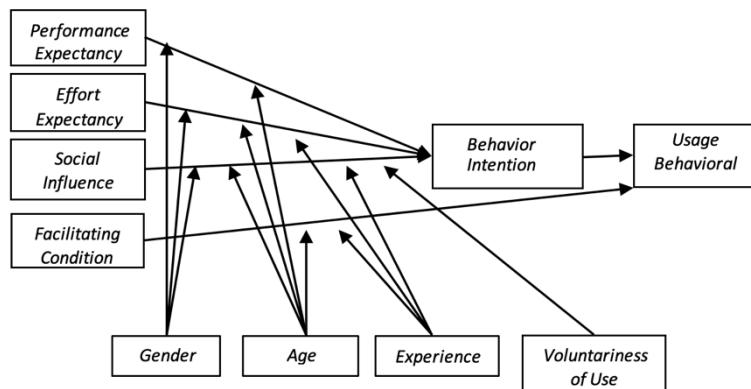
<sup>5</sup>Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, and Elvi Fetrina, “Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study),” *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* 9, no. 3 (2020), hlm. 239–247.

<sup>6</sup>Ayatulloh Michael Musyaffi et al., “Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia,” *Journal of Asian Finance* 8, no. 6 (2021), hlm. 475–0482.

signifikan sedangkan *effort expectancy* dan *facilitatin condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku (intention to use) Penggunaanaan m-banking di Indoensia. Penelitian ini merupakan perluasan dari model UTAUT yang kenalkan oleh Venkatesh dengan menambahkan kontruks baru *trust*<sup>7</sup>. *Trust* (kepercayaan) merupakan keyakinan subjektif bahwa seseorang (individu) akan melakukan sesuatu untuk memenuhi kewajiban<sup>8</sup>. Dalam konteks ini mahasiswa akan lebih memilih menggunakan layanan *m-banking* syariah untuk transaksi digital (zakat, infak, sedekah dan wakaf) serta untuk membangun hubungan jangka panjang dan loyalitas yang tinggi. Penelitian yang dilakukan Farah, Hasni, dan Abbas menyatakan bahwa *trust* (kepercayaan) berpengaruh positif signifikan terhadap niat adopsi (*adoption intention*) mobile banking di Pakistan<sup>9</sup>. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah yang mendorong mahasiswa untuk ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah menggunakan perluasan model UTAUT dengan menambahkan variabel trust.

*Unified Theory of Accepted and of Technology* (UTAUT) pertama kali yang dikenalkan<sup>10</sup>. Model UTAUT ini merupakan pengembangan model dengan menggabungkan delapan karakteristik terbaik dari delapan teori yang menjelaskan penerimaan teknologi yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Integrated Model of TAM dan Theory of Planned Behavior* (TPB). Integrasi dari delapan teori yang dilakukan oleh Venkatesh et al. 2003 dengan membuat model UTAUT menjadi sebuah model yang komprehensif dan penting untuk menjelaskan adopsi dan penerimaan sebuah teknologi. Pengembangan model penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. 2003 dikenal dengan model UTAUT dengan kerangka sebagai berikut:

**Gambar 1. Model UTAUT**



Sumber: (Venkatesh et al. 2003)

<sup>7</sup>Venkatesh et al., “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.”

<sup>8</sup>Riza, “The Potential of Digital Banking to Handle the Covid-19 Pandemic Crisis: Modification of UTAUT Model for Islamic Finance Industry.”

<sup>9</sup>Maya F Farah, Muhamamad J. S. Hasni, and A. Khan Abbas, “Mobile-Banking Adoption : Empirical Evidence from the Banking Sector in Pakistan” (2018).

<sup>10</sup>Venkatesh et al., “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.”

Model UTAUT yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al. 2003) menyatakan bahwa niat berperilaku individu dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*.

*Trust* (kepercayaan) didefinisikan sebagai keinginan individu untuk menerima atau menggunakan sistem dalam suatu kondisi/situasi berdasarkan harapan positif dan risiko yang terjadi<sup>11</sup>. Kepercayaan pelanggan (pengguna) sebagai akumulasi dari kepercayaan pelanggan tentang integritas, peraturan dan kemampuan yang bisa meningkatkan keinginan untuk bergantung pada suatu teknologi untuk mencapai tujuan<sup>12</sup>. Penelitian yang dilakukan Akhtar et al. 2019 menyatakan bahwa *performance expectancy* dan *trust* menjadi faktor penentu utama yang mempengaruhi individu dalam menggunakan layanan *m-banking*<sup>13</sup>. *Adoption* dalam kontekst *m-banking* akan berpengaruh pada keputusan seorang nasabah apakah akan tetap menggunakan layanan *m-banking* atau memutuskan tidak menggunakan lagi<sup>14</sup>. Konteks adopsi penggunaan adalah sikap penggunaan suatu teknologi secara terus menerus yang dipengaruhi oleh kenyamanan dan pemenuhan kebutuhan pada saat itu<sup>15</sup>. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi *m-banking* yakni risiko, biaya, harapan kinerja, harapan upaya, dan kepercayaan adalah faktor kunci yang mempengaruhi adopsi *m-banking*<sup>16</sup>. Adopsi layanan *m-banking* akan terus meningkat dan berkembang pesat karena perubahan ruang lingkup dan sifat perbankan serta transaksi keuangan<sup>17</sup>. Konteks penggunaan berkelanjutan adalah sikap penggunaan suatu teknologi secara terus menerus yang dipengaruhi oleh kenyamanan dan pemenuhan kebutuhan pada saat itu<sup>18</sup>. Dalam konteks ini, masyarakat dalam melakukan zakat, infak, sedekah, maupun wakaf (ZISWAF) akan memilih dan mengadopsi layanan *m-banking* syariah.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi nasabah Bank Syariah di Indonesia. Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti, sehingga kecukupan jumlah sampel penelitian

<sup>11</sup>Souheila Kaabachi, Selima ben Mrad, and Anne Fiedler, “The Moderating Effect of E-Bank Structure on French Consumers’ Trust,” *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (2020): 501.

<sup>12</sup>Alalwan Ali Abdallah et al., “Examining Factors Influencing Jordanian Customers’ Intentions and Adoption of Internet Banking: Extending UTAUT2 with Risk,” *Journal of Retailing and Consumer Services* 40 (2017): 125.

<sup>13</sup>Sadia Akhtar et al., “Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance,” *International Journal of Financial Innovation in Banking* 2, no. 3 (2019): 183.

<sup>14</sup>Utama Royan S, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah Di Indonesia” (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021).

<sup>15</sup>Ibid.

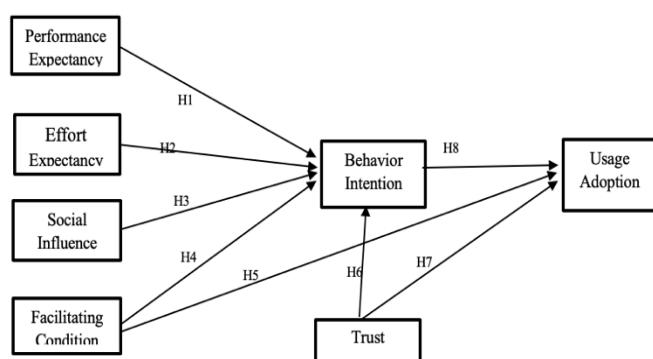
<sup>16</sup>Haile Laekemariam, *Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking in Commercial Bank of Ethiopia Laekemariam Haile* (St. Mary’s University, 2015).

<sup>17</sup>Chuleeporn Changchit, Ravi Lonkani, and Omjai Sampet, “Mobile Banking: Exploring Determinants of Its Adoption,” *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 27, no. 3 (2017): 61–239.

<sup>18</sup>Royan S, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah Di Indonesia.”

menggunakan pendekatan Roscoe yakni 10 kali jumlah variabel penelitian<sup>19</sup>. Teknik sampling menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *sampling purposive*. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah. Pengumpulan data dilakukan secara *online* menggunakan *google form*. Adapun kriteria sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengguna layanan *m-banking* syariah dan telah (pernah) melakukan transaksi salah satu keuangan sosial islam, baik itu zakat, infak, sedekah maupun wakaf (ZISWAF) melalui layanan m-banking syariah minimal 2 kali transaksi. Variabel yang digunakan dalam penelitian mengacu pada model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Venkatesh et al. 2003) dengan menambahkan konstruk baru *trust* (Farah, Hasni, and Abbas 2018; Al-Saedi et al. 2020; Ivanova and Kim 2022; Riza 2021). Adapun kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar 2. Kerangka Berpikir**



Adapun pengembangan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*
- H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*
- H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*
- H4: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*
- H5: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*
- H6: *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*
- H7: *Trust* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*
- H8: *Behavior intention* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*

Analisis data menggunakan *Structur Equating Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan software SmartPLS 3.3.3. PLS-SEM dipilih karena dapat mengkonfirmasikan teori dan dapat menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten pada model<sup>20</sup>. Model pengukuran menggunakan outer model dan inner model melalui uji validitas dan uji reliabilitas serta pengukuran model struktural dalam uji hipotesis menggunakan model prediksi.

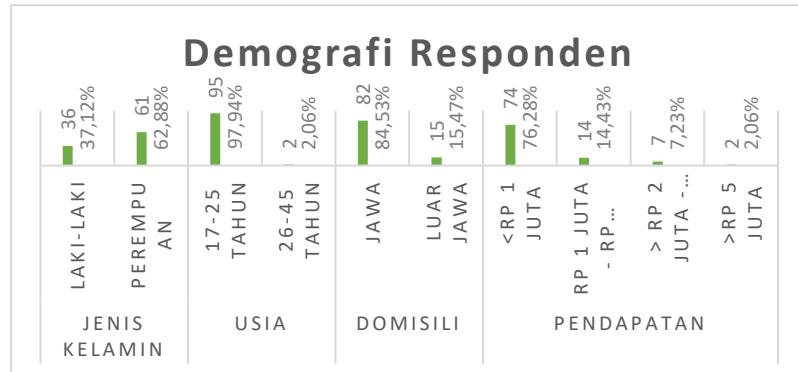
<sup>19</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006).

<sup>20</sup>Hilmawan Teguh W, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kota Malang Menggunakan Uang Elektronik Dengan Menggunakan Model UTAUT" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020).

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah 97 data responden mahasiswa yang pernah ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah. Informasi karakteristik responden dapat diamati pada grafik 1 sebagai berikut:

**Gambar 3. Demografi Responden**

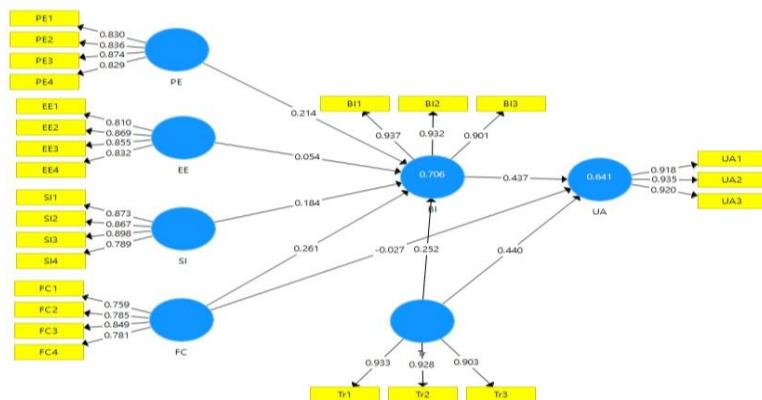


Sumber: Data diolah, 2022

Dari gambar 3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian adalah 97 responden, yang didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 61 responden atau 62,88% sedangkan laki-laki berjumlah 36 responden. Dari segi kelompok umur didominasi responden berusia 17-25 tahun dengan jumlah 95 responden. Sedangkan dari segi demografi paling responden berasal dari pulau Jawa dengan jumlah 84,53 persen atau 82 responden.

Outer model terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas dengan maksud untuk menguji kelayakan dari masing-masing indikator (item pertanyaan) yang digunakan(Behan 2014). Dalam pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan 3 (tiga) kriteria yaitu *convergent validity* dengan melihat nilai outer loading harus diatas  $> 0,7$ , *discriminant validity* dengan melihat nilai cross loading  $> 0,7$  atau nilai Average Variance Extracted (AVE) harus diatas  $> 0,5$  dan *composite reliability* dengan melihat nilai *composite reliability* dan *crobach's alpha* harus diatas  $> 0,7$ <sup>21</sup>.

**Gambar 3. Outer model**



Sumber: Data diolah, 2022

<sup>21</sup>Joseph. Hair et al., *Multivariate Data Analysis* (Pearson Education, Inc, 2010).

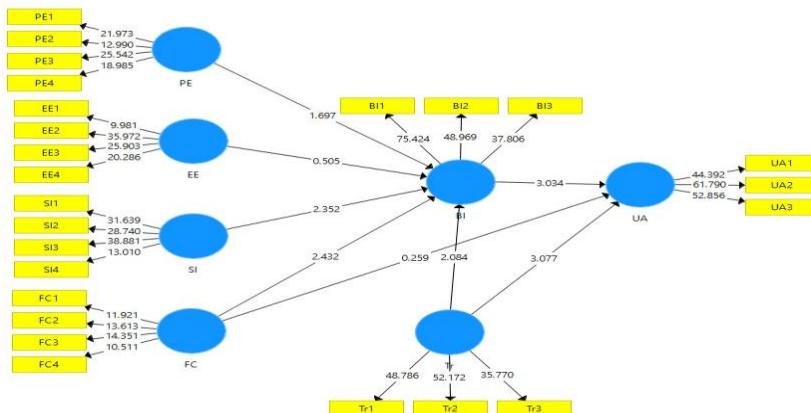
**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	Loading ( $>0.7$ )	AVE ( $>0.5$ )	CR & CA ( $>0.7$ )
Performance Expectancy	PE1	0.830	0.710	0.907
	PE2	0.836		0.864
	PE3	0.874		
	PE4	0.89		
Effort Expectancy	EE1	0.810	0.708	0.907
	EE2	0.869		0.863
	EE3	0.855		
	EE4	0.832		
Social Influence	SI1	0.873	0.736	0.917
	SI2	0.867		0.879
	SI3	0.898		
	SI4	0.789		
Facilitating Condition	FC1	0.759	0.631	0.872
	FC2	0.785		0.805
	FC3	0.849		
	FC4	0.781		
Behavior Intention	BI1	0.937	0.853	0.949
	BI2	0.932		0.914
	BI3	0.901		
Usage Adoption	UA1	0.918	0.855	0.946
	UA2	0.935		0.915
	UA3	0.920		
Trust	Tr1	0.925	0.849	0.944
	Tr2	0.922		0.911
	Tr3	0.909		

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya karena nilai *loading factor* semua item/indicator di atas  $>0.7$  dan nilai AVE masing-masing variabel diatas  $>0.5$ . Sedangkan hasil pengujian realibilitas juga menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki realibilitas yang baik dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya karena *Cronbach Alpha* (CA) tiap variabel diatas  $>0.7$ .

Pengujian struktural ini dengan melihat nilai R-Square atau *coefficient determination* untuk mengetahui apakah model penelitian terdapat pengaruh tinggi atau rendah. Adapun standar pengukuran pada  $R^2$  berada pada kisaran antara  $> 0,67$  (kuat), sekitar  $0,33-0,67$  (moderat), dan dibawah  $0,19-0,33$  (lemah)<sup>22</sup>.

**Gambar 4. Inner model**

Sumber: Data diolah, 2022

<sup>22</sup>Ibid.

**Tabel 2 Nilai R-Square**

Variabel	R Square	R Adjusted	Square
Behavior	0.706	0.690	
Intention			
Usage Adoption	0.641	0.629	

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel 2 diketahui bahwa nilai R-Square behavior intention adalah 70,6% dapat dijelaskan oleh variabel independent (kontruks PE, EE, SI, FC, Tr) dan nilai usage adoption sebesar 64,1% dapat dijelaskan oleh variabel independent (konstruk FC dan Tr). Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent behavior intention adalah kuat karena nilainya di atas 0,67 dan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent usage adoption adalah moderat karena nilainya 0,641 (pada kisaran 0,33-0,67).

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak serta arah hubungan. Hipotesis dengan nilai *T-Statistics* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05 dinyatakan diterima (signifikan). Sedangkan nilai original sampel mengarah pada hubungan pengaruh variabel penelitian (positif atau negatif)<sup>23</sup>.

**Tabel 3. Hasil Inner Model**

No	Hipotesis	Original Sample	T Statistics (>1,96)	P Values (<0,05)	Ket.
H1	Performance Expectancy -> Behavior Intention	0.214	1.697	0.090	Ditolak
H2	Effort Expectancy -> Behavior Intention	0.054	0.505	0.614	Ditolak
H3	Social Influence -> Behavior Intention	0.184	2.352	0.019	Diterima
H4	Facilitating Condition -> Behavior Intention	0.261	2.432	0.015	Diterima
H5	Facilitating Condition -> Usage Adoption	-0.027	0.259	0.796	Ditolak
H6	Trust -> Behavior Intention	0.252	2.084	0.038	Diterima
H7	Trust ->Usage Adoption	0.440	3.077	0.002	Diterima
H8	Behavior Intentions -> Usage Adoption	0.437	3.034	0.003	Diterima

Sumber: Data diolah, 2022

Hipotesis pertama menguji apakah *performance expectancy* perpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H1 ditolak karena nilai *path coefficient* sebesar 0,090 dan nilai *t-statistics* sebesar 1,697 serta nilai original sampel sebesar 0,214. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel performance expectancy terhadap behavior intention terbukti tidak signifikan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Purwanto dan Loisa. Dalam hal ini ekspektasi kinerja layanan M-banking syariah belum mampu meningkatkan keinginan/kesadaran mahasiswa untuk melakukan ZISWAF secara digital. Dimana responden pada penelitian ini rata-rata usia muda yang sudah sadar terhadap kemajuan

<sup>23</sup>Ibid.

teknologi akan tetapi belum semua M-banking syariah memberikan ekspektasi kinerja untuk memunculkan niat bertransaksi ZISWAF.

Hipotesis kedua menguji apakah *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H2 ditolak karena nilai *path coefficient* sebesar 0,614 dan nilai *t-statistics* sebesar 0,505 serta nilai original sampel sebesar 0,054. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *effort expectancy* terhadap *behavior intention* terbukti tidak signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian<sup>24</sup>. Hasil ini juga diperkuat oleh Venkatesh et al. 2003<sup>25</sup> dan Venkatesh, Thong, and Xu 2012<sup>26</sup> yang menyatakan bahwa kemudahan layanan teknologi memiliki dampak yang lebih kecil dibandingkan dengan kegunaannya pada penerimaan sebuah teknologi.

Hipotesis ketiga menguji apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H3 diterima karena nilai *path coefficient* sebesar 0,019 dan nilai *t-statistics* sebesar 2,352 serta nilai original sampel sebesar 0,184. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *social influence* terhadap *behavior intention* terbukti signifikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya (Rahmawati and Maika 2021<sup>27</sup>. Semakin tinggi pengaruh lingkungan sekitar seperti teman, kerabat dan keluarga akan mendorong dan meningkatkan keinginan mahasiswa untuk melakukan ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah. Hipotesis keempat menguji apakah *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H4 diterima karena nilai *path coefficient* sebesar 0,015 dan nilai *t-statistics* sebesar 2,432 serta nilai original sampel sebesar 0,261. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *facilitating condition* terhadap *behavior intention* terbukti signifikan. Hasil sesuai dengan penelitian Alharbi 2017<sup>28</sup>. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas dan kemudahan layanan mempengaruhi niat berperilaku mahasiswa untuk ber-ZISWAF melalui m-banking syariah.

Hipotesis kelima apakah *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H5 ditolak karena nilai *path coefficient* sebesar 0,796 dan nilai *t-statistics* sebesar 0,259 serta nilai original sampel sebesar -0,027. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *facilitating condition* terhadap *behavior intention* terbukti tidak signifikan. Dalam konteks adopsi penggunaan individu/masyarakat memiliki kendali sepenuhnya dalam melakukan sebuah tindakan/perilaku. Adapun faktor pengendali individu terdiri dari faktor internal seperti emosi, kemampuan, keterampilan dan juga faktor

<sup>24</sup>Robi Priyadi, Arief Daryanto, and Irman Hermadi, "Perilaku Penggunaan Portal E-Office Di Bank XYZ Dengan Pendekatan Model UTAUT," *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 3, no. 2 (2017): 185–195.

<sup>25</sup>Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View."

<sup>26</sup>Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, and Xin Xu, "Management Information Systems Research Center," *University of Minnesota* 36, no. 1 (2012): 78–157.

<sup>27</sup>Rizka Elisa Rahmawati and M Rusliamor Maika, "Penerapan Model UTAUT Terkait Akseptasi Mahasiswa Terhadap Cashless Payment Di Masa Pandemi COVID-19," *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 17, no. 1 (2021): 1–14.

<sup>28</sup>Saad Alharbi, "An Extended UTAUT Model for Understanding of the Effect of Trust on Users' Acceptance of Cloud Computing," *International Journal of Computer Applications in Technology* 56, no. 1 (2017): 65–76.

eksternal seperti situasi di lingkungan<sup>29</sup>. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Alalwan, Dwivedi, and Rana 2017 juga menyatakan variabel *facilitating condition* tidak signifikan terhadap niat untuk adopsi m-banking syariah di Yordania<sup>30</sup>. Hipotesis keenam apakah *trust* berpengaruh positif terhadap behavior intention. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H6 diterima karena nilai *path coefficient* sebesar 0,038 dan nilai *t-statistics* sebesar 2,084 serta nilai original sampel sebesar 0,252. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *trust* terhadap *behavior intention* terbukti signifikan. Hasil juga diperkuat oleh penelitian (Alharbi 2017) yang menyatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Kepercayaan (*trust*) pada sebuah teknologi bersifat multidimensional dimana individu akan merasa bahwa kepercayaan dalam persepsi penggunaan sebuah teknologi sesuai dengan persepsinya masing-masing. Dalam hal ini *trust* (kepercayaan) terbukti dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dalam ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah.

Hipotesis ketujuh apakah *trust* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H7 diterima karena nilai *path coefficient* sebesar 0,002 dan nilai *t-statistics* sebesar 3,077 serta nilai original sampel sebesar 0,440. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *trust* terhadap *behavior intention* terbukti signifikan. *Trust* (kepercayaan) dapat menjadi faktor kunci pengguna terus menggunakan layanan m-banking syariah untuk ber-ZISWAF melalui layanan m-banking syariah. Hasil ini juga sama dengan penelitian (Alalwan, Dwivedi, and Rana 2017; Farah, Hasni, and Abbas 2018) yang menyatakan variabel *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi. Hipotesis kedelapan apakah *behavior intention* berpengaruh positif terhadap *usage adoption*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan H8 diterima karena nilai *path coefficient* sebesar 0,003 dan nilai *t-statistics* sebesar 3,034 serta nilai original sampel sebesar 0,437. Sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *trust* terhadap *usage adoption* terbukti signifikan. Hasil penelitian ini juga diperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan (Alalwan et al. 2018<sup>31</sup> dan Thaker et al. 2019<sup>32</sup> yang menyatakan bahwa variabel *behavior intention* berpengaruh signifikan terhadap niat *adopsi* (*usage adoption*) digital banking.

## Implikasi Hasil Penelitian

Hasil analisis data terbukti bahwa konstruk *performance expectancy* dan *effort expectancy* tidak signifikan terhadap niat berperilaku (*behavior intention*) serta konstruk *facilitating condition* tidak signifikan terhadap adopsi penggunaan (*usage adoption*) layanan m-banking syariah untuk ber-ZISWAF mahasiswa di Indonesia. Mengacu pada saran penelitian (Akhtar et al. 2019) bahwa produk (layanan) perlu berkonsentrasi pada fungsi untuk

<sup>29</sup>Joko Setyono, “Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology 2 (UTAUT2)” (UIN SUNan Kalijaga Yogyakarta, 2021), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/48636/>.

<sup>30</sup>Alalwan Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana, “Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust,” *International Journal of Information Management* 37, no. 3 (2017): 99–110.

<sup>31</sup>Ibid.

<sup>32</sup>Thaker Hassanudin et al., “Continuous Adoption of Internet Banking : Evidence from Islamic Banks in Malaysia,” *Manuscript to the 10th Foundation of Islamic Finance Conference*, no. November (2019): 1–27.

meningkatkan kinerja layanan yang lebih baik<sup>33</sup>. Dari hasil temuan ini diketahui bahwa kinerja dan kemudahan layanan tidak mempengaruhi penggunaan serta fasilitas layanan m-banking syariah tidak mempengaruhi adopsi penggunaan untuk ber-ZISWAF secara digital. Penggunaan layanan m-banking syariah di kalangan mahasiswa hanya untuk transaksi keuangan untuk memenuhi kebutuhan, belum digunakan untuk transaksi keuangan sosial. Masih perlunya literasi dan edukasi terkait penggunaan layanan m-banking syariah tidak hanya sebatas transaksi untuk kebutuhan saja, melainkan untuk menolong orang lain melalui transaksi dana sosial keagamaan (ZISWAF).

Penelitian ini membuktikan bahwa niat ber-ZISWAF secara digital melalui layanan m-banking syariah pada kalangan mahasiswa di Indonesia dipengaruhi oleh fasilitas layanan dan pengaruh sosial lingkungan-nya. Fasilitas layanan terbukti mampu meningkatkan niat penggunaan, namun belum sampai pada adopsi penggunaan secara berkelanjutan. Oleh karena itu jika dikaitkan dengan faktor lain seperti pengaruh sosial, perlu membangun dan menciptakan kebiasaan orang-orang di sekitar untuk ber-ZISWAF secara digital dengan melakukan pengembangan layanan digital oleh lembaga terkait. Hal ini tentu sejalan dengan meningkatnya trend transaksi digital di kalangan masyarakat saat ini. Pengembangan layanan digital ini tentu akan meningkatkan penghimpunan keuangan sosial Islam (ZISWAF) memaksimalkan besarnya potensi di Indonesia. Mengingat penghimpunan dana sosial Islam yang tiap tahunya terus meningkat. Pada tahun 2022 penghimpunan zakat, infak, sedekah dan dana sosial keagamaan mencapai Rp 21,3 triliun yang mengalami peningkatan 52,1% dari sebelumnya yakni Rp 14 triliun.

Temuan unik dalam penelitian ini melalui perluasan model UTAUT dengan penambahan konstruk trust terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat dan adopsi mahasiswa pada penggunaan layanan m-banking syariah untuk ber-ZISWAF secara digital. Penelitian yang dilakukan (Akhtar et al. 2019) menyatakan bahwa *trust* menjadi salah satu faktor penentu utama yang mempengaruhi individu dalam menggunakan layanan *m-banking*<sup>34</sup>. Dalam hal ini kepercayaan (trust) untuk ber-ZISWAF melalui layanan m-banking syariah ditentukan dua hal. Pertama, kepercayaan pada perbankan dengan layanan m-banking syariah dan yang kedua kepercayaan pada lembaga pengelola ZISWAF. Kepercayaan (trust) juga dapat dikatakan sebagai faktor kunci yang memungkinkan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat ber-ZISWAF melalui m-banking syariah yakni dengan adanya transparansi pengelolaan dan penyaluran dana sosial yang telah dibayarkan.

Perlunya membangun kepercayaan (trust) untuk keberlanjutan penggunaan layanan digital (m-banking syariah) pada generasi muda. Dimana mahasiswa memiliki peran yang sangat sentral dalam akselerasi transformasi digital khususnya pada sistem pembayaran. Mengingat saat ini generasi muda memegang kendali pada layanan teknologi digital. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada awal tahun 2022 sebesar 27,94% atau Rp 8.662.815 jiwa

<sup>33</sup>Akhtar et al., “Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance.”

<sup>34</sup>Ibid.

penduduk dalam negeri berasal dari generasi kelahiran 1997-2012<sup>35</sup>. Generasi ini tentu perlu dibangun kesadarannya dalam hal pembayaran zakat dan dana sosial keagamaan lainnya melalui layanan digital. Perlunya sinergi dan edukasi dari lembaga terkait dalam membangun kesadaran generasi yang melek teknologi ini. Terkait dengan UTAUT juga perlu memperhatikan dari ekspetasi kinerja, upaya, pengaruh sosial dan kondisi dari fasilitas yang termasuk dalam mendukung kemudahan dalam layanan digital. Terbukti pada penelitian ini konstruk *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap niat berperilaku (*behavior intention*) serta konstruk *facilitating condition* terhadap adopsi penggunaan (*usage adoption*) layanan m-banking syariah tidak memiliki pengaruh.

## D. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkonfirmasi penerapan model UTAUT, dimana niat perliaku (*behavior intention*) secara signifikan dipengaruhi oleh variabel *social influence*, *facilitating condition*, dan *trust* sedangkan variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* terbukti tidak signifikan. Pada perilaku adopsi (*usage adoption*) secara signifikan dipengaruhi oleh *behavior intention* dan *trust* sedangkan fasilitas layanan (*facilitating condition*) tidak signifikan. Temuan dalam penelitian ini membuktikan bahwa perluasan model dengan menambahkan kontruks *trust* terbukti memiliki pengaruh pada penerimaan m-banking syariah untuk ber-ZISWAF secara digital dikalangan mahasiswa. *Trust* terbukti paling signifikan terhadap *behavior intention* dan *usage adoption*.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, Sadia, Muhammad Irfan, Shamsa Kanwal, and Abdul Hameed Pitafi. "Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance." *International Journal of Financial Innovation in Banking* 2, no. 3 (2019).
- Alharbi, Saad. "An Extended UTAUT Model for Understanding of the Effect of Trust on Users' Acceptance of Cloud Computing." *International Journal of Computer Applications in Technology* 56, no. 1 (2017).
- Ali Abdallah, Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust." *International Journal of Information Management* 37, no. 3 (2017).
- Ali Abdallah, Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, and Raed Algharabat. "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions and Adoption of Internet Banking: Extending UTAUT2 with Risk." *Journal of Retailing and Consumer Services* 40 (2017).
- Changchit, Chuleeporn, Ravi Lonkani, and Omjai Sampet. "Mobile Banking: Exploring Determinants of Its Adoption." *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 27, no. 3 (2017).

<sup>35</sup>MPR, "Peran Generasi Muda Dalam Transformasi Digital Penting Untuk Mengakselerasi Pembangunan," *Mpr.Go.Id*, last modified 2022, <https://mpr.go.id/Berita/Peran-Generasi-Muda-Dalam-Transformasi-Digital-Penting-Untuk-Mengakselerasi-Pembangunan>. September 25, 2022.

- Farah, Maya F, Muhamamad J. S. Hasni, and A. Khan Abbas. "Mobile-Banking Adoption : Empirical Evidence from the Banking Sector in Pakistan" (2018).
- Hair, Joseph., William. F., Barry. C Black, J. Babin, and Tatham. Rolph. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education, Inc, 2010.
- Hassanudin, Thaker, Mohamed Thaker, Ahmad Khalil, and Hafezali Hussain. "Continuous Adoption of Internet Banking : Evidence from Islamic Banks in Malaysia." *Manuscript to the 10th Foundation of Islamic Finance Conference*, no. November (2019).
- Hidayat, Muhammad Taufik, Qurrotul Aini, and Elvi Fetrina. "Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study)." *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* 9, no. 3 (2020).
- Indonesia, Bank. "Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (SPIP)." *Bank Indonesia*.
- Kaabachi, Souheila, Selima ben Mrad, and Anne Fiedler. "The Moderating Effect of E-Bank Structure on French Consumers' Trust." *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (2020).
- Laekemariam, haile. *Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking in Commercial Bank of Ethiopia Laekemariam Haile*. St. Mary's University, 2015.
- Michael Musyaffi, Ayatulloh, Dewi Agustin Pratama Sari, Dwi K Respati, Ayatulloh Michael MUSYAFFI, Dewi Agustin Pratama SARI, and Dwi Kismayanti RESPATI. "Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia." *Journal of Asian Finance* 8, no. 6 (2021).
- MPR. "Peran Generasi Muda Dalam Transformasi Digital Penting Untuk Mengakselerasi Pembangunan." *Mpr.Go.Id*. Last modified 2022. <https://mpr.go.id/Berita/Peran-Generasi-Muda-Dalam-Transformasi-Digital-Penting-Untuk-Mengakselerasi-Pembangunan>. September 25, 2022.
- Priyadi, Robi, Arief Daryanto, and Irman Hermadi. "Perilaku Penggunaan Portal E-Office Di Bank XYZ Dengan Pendekatan Model UTAUT." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 3, no. 2 (2017).
- Rahmawati, Rizka Elisa, and M Ruslianor Maika. "Penerapan Model UTAUT Terkait Akseptasi Mahasiswa Terhadap Cashless Payment Di Masa Pandemi COVID-19." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 17, no. 1 (2021).
- Riza, Alex Fahrur. "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, no. 1 (2021).
- Royan S, Utama. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah Di Indonesia." Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021.
- Sankaran, Raja, and Shibashish Chakraborty. "Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust." *IIM Kozhikode Society & Management Review*, (2021).

- Setyono, Joko. "Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology 2 (UTAUT2)." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Teguh W, Hilmawan. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kota Malang Menggunakan Uang Elektronik Dengan Menggunakan Model UTAUT." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27, no. 2 (2003).
- Venkatesh, Viswanath, James Y. L. Thong, and Xin Xu. "Management Information Systems Research Center." *University of Minnesota* 36, no. 1 (2012).