

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Sikap Terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah Studi Kasus Masyarakat Jabodetabek

Muhammad Riduan Hidayat, Nurizal Ismail
Institut Agama Islam Tazkia Bogor
mridwanhidayat41@gmail.com, nurizal@tazkia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and attitude on the interest in using Sharia fintech crowdfunding services in the Jabodetabek community. This research employs a quantitative method with purposive sampling on 100 respondents. The research instrument consists of a structured questionnaire with a Likert scale of 1-5, and data analysis is conducted using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4 software. The results indicate that all three variables significantly influence the interest in using Sharia fintech crowdfunding services. Perceived ease of use, perceived usefulness, and a positive attitude enhance public interest in adopting this service. This study confirms the complexity of factors affecting the adoption of Sharia financial technology and provides insights for the development of Sharia fintech crowdfunding in Indonesia.

Keywords: Perception of Convenience, Perception of Usefulness, Attitude, Interest in Using, Sharia Crowdfunding, SmartPLS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap terhadap minat penggunaan layanan *fintech crowdfunding* syariah di masyarakat Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* pada 100 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1-5, dan data dianalisis menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap yang positif meningkatkan minat masyarakat dalam mengadopsi layanan ini. Penelitian ini menegaskan kompleksitas faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan syariah dan memberikan wawasan bagi pengembangan *fintech crowdfunding* syariah di Indonesia.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Sikap, Minat Penggunaan, *Crowdfunding* Syariah, SmartPLS

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi dan pengetahuan berkembang dengan pesat sehingga berdampak pada cara manusia mencari informasi dan menggunakan layanan elektronik. Salah satu aspek teknologi yang mengalami

pertumbuhan yang signifikan adalah *Financial Technology (Fintech)*, yang telah merevolusi cara kerja lembaga keuangan tradisional menjadi lebih modern. *Fintech* memperkenalkan berbagai model baru yang lebih praktis bagi konsumen dalam mengakses layanan keuangan melalui penggunaan perangkat lunak dan teknologi lainnya. Pertumbuhan *fintech* telah mengubah lanskap bisnis perbankan dan pembiayaan, mendorong industri keuangan untuk mengadopsi solusi yang lebih inovatif. Selain institusi keuangan dan penyedia layanan, mesin pencari dan jejaring sosial juga turut berperan dalam memberikan layanan perbankan yang sebelumnya hanya ditawarkan oleh bank konvensional. (Perbankan et al., 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri *fintech* di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, baik yang berfokus pada model konvensional maupun yang berprinsip syariah. Berdasarkan data terbaru dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per September 2024, sebanyak 97 perusahaan *fintech peer-to-peer (P2P) lending* telah memiliki izin resmi di Indonesia. Dalam kaitannya dengan *fintech crowdfunding* syariah, OJK menyajikan informasi rinci melalui Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (OJK, 2023a), yang mencakup analisis mengenai perkembangan sektor keuangan syariah. Beberapa platform *crowdfunding* syariah yang telah terdaftar di OJK meliputi: *SHAFIQ*, sebuah platform urun dana berbasis teknologi informasi yang menjalankan operasional sesuai prinsip syariah, dan *Dana Syariah*, layanan pendanaan bersama yang mengikuti aturan syariah. OJK terus berkomitmen mengembangkan ekosistem *fintech* syariah dengan mengeluarkan regulasi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan sesuai prinsip syariah. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang harus diatasi, seperti rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat, kebutuhan penyempurnaan regulasi, serta keterbatasan infrastruktur teknologi untuk mendukung operasional *fintech* syariah secara optimal. (OJK, 2023b).

Fintech asal Singapura, Ethis Crowd, mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2014 dan kini telah menyediakan layanan berbasis syariah. Kehadirannya berkontribusi terhadap perkembangan *fintech* syariah di Indonesia. Salah satu tonggak penting dalam industri ini terjadi pada tahun 2017, ketika Paytren menjadi *fintech* syariah pertama yang mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Meskipun demikian, jumlah *fintech* syariah masih jauh lebih sedikit dibandingkan *fintech* konvensional (Nasution, 2017). Perbedaan utama di antara keduanya terletak pada prinsip yang diterapkan serta adanya dewan pengawas yang bertugas mengawasi operasionalnya. *Fintech* syariah hadir sebagai alternatif bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam dengan menawarkan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, menghindari unsur riba, *gharar*, dan *maysir*.

Seiring dengan perkembangan ilmu ekonomi Islam, munculnya *crowdfunding* yang menerapkan prinsip-prinsip syariah, atau yang dikenal sebagai *crowdfunding* syariah, semakin mendapatkan perhatian. (Arzam et al., 2023), platform *crowdfunding* syariah adalah sistem yang mendanai proyek dan produk halal sesuai dengan hukum Islam. Produk dan dana yang diinvestasikan harus halal (Marzban & Asutay, 2014). Pada tahun 2015, total jumlah *crowdfunding* yang sesuai syariah diperkirakan mencapai \$30 juta. Karena beroperasi dengan prinsip syariah, platform

ini menggunakan akad yang tidak bertentangan dengan ekonomi Islam. (Nabilla & Shofawati, 2022).

Crowdfunding adalah bentuk penggalangan dana yang melibatkan banyak investor melalui platform *online* partisipatif, yang dirancang untuk mendanai usaha-usaha yang terdaftar di platform tersebut. Kolaborasi ini dapat berupa partisipasi, penggalangan dana, serta pertukaran pengetahuan atau keahlian. Saat ini, praktik *crowdfunding* berkembang sebagai hasil dari komersialisasi internet modern. Teknologi ini membantu menurunkan biaya transaksi, menjadikannya lebih efektif dan efisien (Mustafida et al., 2021).

Di Indonesia, pertumbuhan *fintech* syariah juga semakin mencuat, dengan sembilan perusahaan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berbagai layanan *fintech* syariah seperti Ammana, Alami Sharia, Papitupi Syariah, Dana Syariah, Danako Syariah, Qazwa, Duha Syariah, *Fintech* Syariah, dan Kapitalboost turut serta dalam mengembangkan industri keuangan berbasis syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan potensi signifikan dalam pasar keuangan berbasis syariah di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia. (Saleh et al., 2020).

Darmansyah et al. (2020) menyatakan bahwa sebagian besar platform *crowdfunding* saat ini menggunakan kontrak *Murabahah* (biaya plus margin keuntungan) dan *Mudharabah* (bagi hasil). Struktur lainnya yang bisa dipertimbangkan termasuk *Salam* (transaksi pembiayaan berjangka), *Ijarah* (sewa guna usaha), dan *Diminishing Musharaka* (kemitraan ekuitas yang semakin berkurang) (Ahammed, 2017). Namun, kenyataannya, jumlah situs *crowdfunding* syariah di Indonesia yang diakui oleh OJK masih sangat terbatas. Bahkan, menurut Hendratmi et al. (2020), *crowdfunding* syariah masih berada pada tahap awal perkembangannya. Dengan kurang dari 10 platform *crowdfunding* syariah di dunia, potensi inovasi keuangan dalam industri keuangan syariah ke depan sangat besar (Achsien & Purnamasari, 2016).

Crowdfunding telah menjadi salah satu aplikasi *fintech* yang berhasil berkembang pesat. Selama beberapa tahun terakhir, fenomena *crowdfunding* telah meluas ke seluruh dunia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya proyek yang berhasil mendapatkan dana dari jutaan pendukung individu di berbagai negara (Islami, 2022). Menurut Hardiwinoto (2013) dalam bukunya Teori Keputusan Investasi, investasi adalah kegiatan menanamkan uang pada perusahaan atau proyek tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, atau membeli aset yang diharapkan dapat dijual dengan nilai yang lebih tinggi di masa depan. Dengan kata lain, investasi merupakan aset yang diharapkan menghasilkan keuntungan. Investasi juga dapat berarti pembelian alat produksi atau penanaman uang untuk kegiatan produksi tertentu dengan harapan memperoleh laba di masa mendatang. Prinsip utama *crowdfunding* adalah mengumpulkan dana dari banyak orang untuk mendanai berbagai proyek yang telah memenuhi kriteria masing-masing situs *crowdfunding*. Setiap proyek memberikan informasi tertentu, termasuk perkiraan keuntungan yang akan dibagikan kepada investor dalam periode waktu yang telah ditentukan. Hal ini sejalan dengan teori investasi, yaitu penanaman uang untuk memperoleh keuntungan di masa depan.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha (*effortless*). Sementara itu, persepsi kebermanfaatan mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Kedua faktor ini kemudian memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi, yang pada akhirnya menentukan minat penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks perilaku konsumen, Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa perilaku individu dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi dan pengalaman mereka. Lebih lanjut, Rumondang et al. (2020) menekankan bahwa keputusan untuk menggunakan suatu layanan melibatkan evaluasi manfaat yang diperoleh serta kemudahan dalam mengaksesnya. Selain itu, Ulum et al. (2021) menjelaskan bahwa faktor psikologis dan eksternal juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku pengguna terhadap adopsi layanan berbasis teknologi. Dengan demikian, dalam studi ini, model TAM digunakan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap terhadap minat penggunaan layanan *fintech crowdfunding* syariah di masyarakat Jabodetabek.

Berdasarkan beberapa penelitian dan literatur sebelumnya yang telah dianalisis oleh penulis, teridentifikasi persamaan dan perbedaan dalam konteks penelitian ini. Berikut merupakan penelitian sebelumnya yang relevan. Pertama, yang dilakukan oleh Yuannisa et.al., (2023) tentang analisis peran perkembangan *financial technology* berbasis syariah: *peer to peer lending* dan *crowdfunding* di Indonesia menggunakan metode kualitatif dimana hasilnya menunjukkan perkembangan *fintech peer to peer lending* dan *crowdfunding* di Indonesia mengalami pertumbuhan. Berikutnya penelitian kedua yang dilakukan oleh Prasetyo et.al., (2019) analisis pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menunggu makan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan penggunaan, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif. Dan penelitian ketiga yang dilakukan oleh Suryadi et.al., (2021) Pengaruh Kepercayaan dan Sikap terhadap Keputusan Menggunakan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah di Kalangan Generasi Milenial hasilnya penelitian ini menemukan bahwa baik kepercayaan maupun sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut.

Dalam memahami minat masyarakat terhadap penggunaan layanan teknologi baru, khususnya *fintech crowdfunding* syariah, faktor-faktor yang telah dikaji dalam penelitian sebelumnya masih dianggap kurang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengintegrasikan beberapa variabel tambahan, seperti persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap sebagai celah penelitian yang ingin

diisi. Variabel-variabel ini dipandang penting karena layanan yang diteliti berbasis syariah, dan sejauh ini belum ada penelitian yang secara khusus menggunakan variabel tersebut untuk menilai tingkat penerimaan *fintech crowdfunding* syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan teknologi keuangan baru, terutama *fintech crowdfunding* syariah. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memperluas wawasan dan pemahaman terhadap teori-teori dalam bidang keuangan. Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi yang bermanfaat bagi masyarakat yang telah atau berencana menggunakan *fintech crowdfunding* syariah sebagai sarana transaksi dalam layanan keuangan syariah berbasis digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, yang dimana sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan metode non-probabilitas dengan *purposive sampling*, yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu masyarakat berdomisili Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), berusia dari 18 hingga 60 tahun, beragama Islam Muslim/Muslimah. (Oktavia et al., 2024). Berdasarkan pedoman untuk menentukan ukuran sampel dalam Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 100, sesuai dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

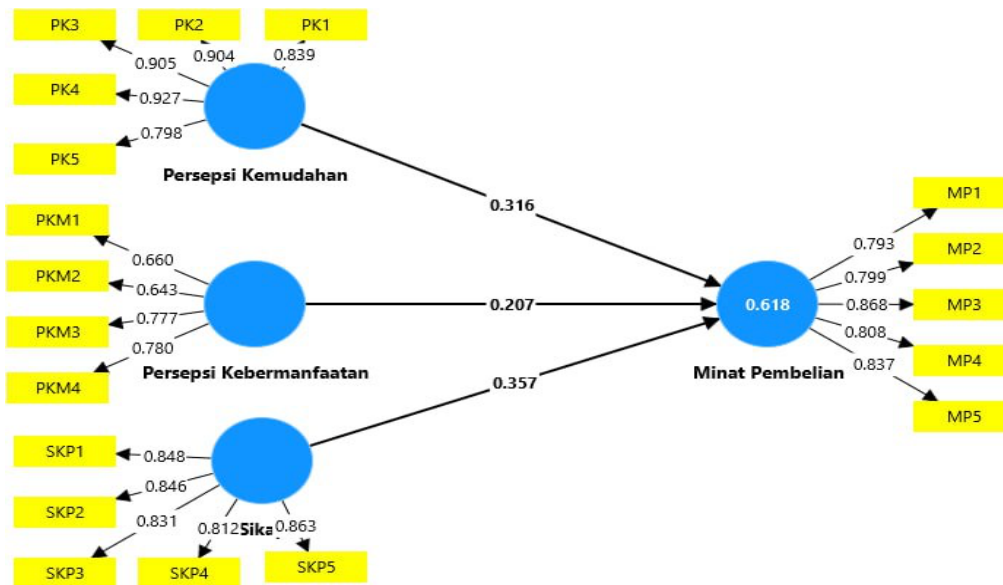
Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang didistribusikan melalui Google Forms, menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur setiap pertanyaan. Metode PLS-SEM digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hubungan antara variabel dalam model pengukuran dan struktural. PLS-SEM merupakan metode statistik multivariat yang mampu menguji model-model kompleks dengan banyak variabel dan korelasi di antaranya. Metode ini menggunakan korelasi antar variabel, dilanjutkan dengan reduksi dimensi menggunakan. (Hair et al., 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Suatu Indikator dianggap valid jika nilai AVE (Average Variance Extracted) lebih dari 0,5 atau jika *outer loading* variabel lebih dari 0,5, memenuhi syarat validitas konvergen (Chin, 1998). Validitas diskriminan terpenuhi jika nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk (Ghozali, 2006), atau jika nilai *cross loading* setiap instrumen lebih dari 0,5 (Fornell dan Larcker, 1981). Validitas konvergen menunjukkan indikator-indikator yang berkorelasi tinggi diukur dengan AVE > 0,5 dan *outer loading* > 0,5. Validitas diskriminan memastikan perbedaan konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk, atau *cross loading* instrumen > 0,5. Memenuhi kedua validitas ini memastikan alat ukur dalam penelitian akurat dan andal. Berdasarkan hasil uji validitas pada estimasi model,

variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai loading terendah sebesar 0.798 dan nilai tertinggi sebesar 0.927. Sementara itu, variabel Persepsi Kebermanfaatan menunjukkan nilai loading terendah sebesar 0.643 dan nilai tertinggi sebesar 0.780. Untuk variabel Sikap (SKP), nilai loading terendah yang diperoleh adalah 0.812, sedangkan nilai tertingginya mencapai 0.863. Terakhir, variabel Minat Pembelian memiliki nilai loading terendah sebesar 0.793 dan nilai tertinggi sebesar 0.868. Dengan demikian, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai loading di atas 0.5, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini valid.



Gambar 1. Hasil Uji Validitas

Sumber: Diolah melalui SmartPLS 4, 02 Februari 2025

Uji Reliabilitas

Tabel 1. Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	(AVE)
Persepsi Kebermanfaatan	0.799	0.847	0.854	0.595
Minat Penggunaan	0.877	0.902	0.915	0.731
Persepsi Kemudahan	0.926	0.941	0.947	0.817
Sikap	0.868	0.879	0.912	0.723

Sumber: Diolah melalui SmartPLS 4, 02 Februari 2025

Menurut Chin (1998), reliabilitas suatu konstruk variabel dapat diuji melalui nilai *composite reliability*, yang dianggap *reliable* jika nilainya lebih dari 0,7. *Composite reliability* menilai konsistensi internal alat ukur, dengan nilai di atas 0,7 menunjukkan keseragaman indikator dalam mengukur konstruk yang sama, sehingga hasil pengukuran dapat diandalkan.

Berdasarkan data pada tabel 1, variabel PK memiliki nilai *composite reliability* 0.947. variabel kedua, PKM memiliki nilai *composite reliability* 0.854. dan variabel

ketiga, SKP memiliki nilai *composite reliability* 0.912. Dan yang terakhir, variabel Minat Penggunaan MP memiliki nilai *composite reliability* 0.915. berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dalam penelitian ini diatas 0.7 itu menunjukkan bahwa datanya dapat diandalkan atau *reliable*.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini merupakan bagian dari evaluasi *inner model* menggunakan metode SEM-PLS dengan alat uji SmartPLS Versi 4. Variabel yang diuji meliputi kesadaran (KSD), kemampuan (KMP), sikap (SKP), dan keputusan menggunakan (KM). Hasil pengujian hipotesis disajikan dalam Tabel 2, di mana p-value < 0,05 menunjukkan hipotesis diterima, sedangkan p-value ≥ 0,05 menunjukkan hipotesis ditolak.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Hipotesis	Path coefficients	T Statistics	P Value
PK > MP	0.193	3.243	0.001
PKM > MP	0.303	2.023	0.004
SKP > MP	0.512	0.934	0.003

Sumber: Diolah melalui SmartPLS 4, 02 Februari 2025

Berdasarkan tabel 2, hasil pengujian menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama variabel persepsi kemudahan (PK) mempengaruhi terhadap minat penggunaan (MP) dengan p-value sebesar 0.001 < 0.05, sehingga H1 diterima. Kedua, Persepsi Kebermanfaatan (PKM) mempengaruhi terhadap minat penggunaan (MP) dengan p-value sebesar 0.004 < 0.05, sehingga H2 diterima. Dan yang terakhir, variabel sikap (SKP), mempengaruhi terhadap minat penggunaan (MP) dengan p-value sebesar 0.003 < 0.05, sehingga H3 diterima.

Menurut Abdillah dan Hartono (2015), setelah model diterima dan melewati pengujian *outer model*, langkah berikutnya adalah analisis *inner model* atau evaluasi model struktural. Dalam analisis ini, nilai R-Square digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R-Square yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Evaluasi ini penting untuk memastikan keakuratan dan reliabilitas hasil penelitian sebelum menarik kesimpulan.

Uji R-Square

Tabel 3. Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Penggunaan	0.709	0.700

Sumber: Diolah melalui SmartPLS 4, 02 Februari 2025

Berdasarkan hasil uji R-Square yang tertera pada tabel 3, terlihat bahwa variabel keputusan menggunakan (KM) memiliki nilai R-Square sebesar 0.709. Ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi kemudahan (PK), persepsi Kebermanfaatan

(PKM), dan sikap (SKP) secara kolektif berkontribusi sebesar 70,9% terhadap variabel minat penggunaan. Dengan kata lain, ketiga variabel ini secara signifikan menjelaskan variabilitas dalam minat penggunaan (MP). Sisa 29,1% dari variabilitas ini dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Artinya, ada variabel-variabel tambahan yang turut mempengaruhi minat penggunaan yang belum diidentifikasi atau dibahas dalam penelitian ini, sehingga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut guna mengidentifikasi faktor-faktor tersebut.

Pembahasan

Hipotesis 1: Persepsi Kemudahan (PK) Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan (MP) Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah Se-Jabodetabek.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Studi yang dilakukan oleh Rohmah (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berdonasi dan efektivitas penyaluran melalui *fintech crowdfunding* berkontribusi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan syariah. Selanjutnya, penelitian oleh Maulidya (2022) mengungkap bahwa persepsi kemudahan, risiko, dan efektivitas berpengaruh terhadap minat menggunakan platform *crowdfunding* berbasis QR kode di Kota Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kejelasan sistem dan kemudahan akses menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan layanan *fintech* syariah. Selain itu, penelitian oleh Raihan (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan efektivitas memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan *fintech* syariah di Kabupaten Siak. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar minat individu untuk menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah, yang menegaskan relevansi teori perilaku konsumen dalam konteks ini.

Hipotesis 2: Persepsi Kebermanfaatan (PKM) Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan (MP) Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah Se-Jabodetabek.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Studi yang dilakukan oleh Lario (2022) menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki korelasi positif dengan minat menggunakan *fintech crowdfunding* dalam berdonasi. Penelitian ini menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat yang ditawarkan oleh platform tersebut, semakin besar minat mereka untuk menggunakannya.

Selanjutnya, penelitian oleh Alhudhari (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *fintech* syariah. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa UMKM yang memahami manfaat penggunaan *fintech* syariah, seperti fleksibilitas layanan dan efisiensi transaksi, lebih cenderung tertarik untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam operasional mereka.

Selain itu, studi oleh Putri (2023) menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* syariah dalam kegiatan

crowdfunding. Penelitian ini menyoroti bahwa persepsi positif terhadap kegunaan platform *fintech* syariah mendorong individu untuk lebih berminat dalam menggunakan layanan tersebut untuk kegiatan pendanaan bersama.

Dengan demikian, berbagai penelitian ini menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan, semakin besar minat individu dalam menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa persepsi terhadap manfaat suatu layanan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi keuangan berbasis syariah.

Hipotesis 3: Sikap (SKP) Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan (MP) Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah Se-Jabodetabek.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *crowdfunding* syariah. Studi yang dilakukan oleh Elisha Intan Alfiyati (2021) menemukan bahwa sikap positif masyarakat Surakarta terhadap platform *crowdfunding* berperan penting dalam meningkatkan minat mereka untuk menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah melalui platform tersebut.

Selanjutnya, Penelitian oleh Misissaifi dan Sriyana (2021) menemukan bahwa sikap individu terhadap hadirnya *fintech* syariah secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakannya. Penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah berkontribusi dalam membentuk sikap positif yang mendorong minat penggunaan layanan tersebut.

Selain itu, studi oleh Rohmah (2020) menemukan bahwa sikap, norma subyektif, dan kendali perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*. Penelitian ini menegaskan bahwa sikap positif terhadap layanan *fintech*, termasuk *crowdfunding* syariah, dapat meningkatkan minat individu untuk memanfaatkannya.

Dengan demikian, berbagai penelitian ini menegaskan bahwa sikap positif berperan penting dalam meningkatkan minat individu untuk menggunakan layanan *crowdfunding* syariah, sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa sikap mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi keuangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap terhadap minat penggunaan layanan *fintech crowdfunding* Syariah di masyarakat Jabodetabek. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4, penelitian ini memperoleh beberapa temuan penting sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan, semakin meningkat pula minat individu dalam memanfaatkan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Temuan ini menegaskan bahwa sistem yang mudah diakses, ramah pengguna, serta efisien dalam proses transaksi menjadi faktor kunci dalam mendorong ketertarikan pengguna terhadap layanan tersebut.

2. Persepsi Kebermanfaatan Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah.

Persepsi kebermanfaatan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Responden yang merasa bahwa layanan ini memberikan manfaat, seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, lebih cenderung menggunakan layanan tersebut.

3. Sikap Pengguna Memiliki Pengaruh Positif terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah.

Sikap masyarakat terhadap layanan *fintech crowdfunding* syariah terbukti berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan. Sikap positif terhadap teknologi finansial berbasis syariah, seperti kepercayaan terhadap keamanan transaksi dan kesesuaian dengan prinsip Islam, mendorong individu untuk lebih berminat dalam menggunakannya.

4. Kontribusi Variabel terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech Crowdfunding* Syariah.

Berdasarkan hasil uji R-Square (R^2), ditemukan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan sikap secara kolektif berkontribusi sebesar 70,9% terhadap minat penggunaan layanan *fintech crowdfunding* syariah. Ini berarti bahwa ketiga faktor tersebut sangat berpengaruh dalam membentuk minat masyarakat untuk menggunakan layanan ini, sementara 29,1% sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang telah diuraikan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Akademisi

Penelitian ini perlu ditingkatkan kualitasnya dengan memperluas referensi literatur dan menggali variabel lain yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap layanan *fintech crowdfunding* syariah. Selain itu, dianjurkan untuk memperluas wilayah penelitian dan jumlah responden untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.

2. Bagi Masyarakat Pengguna *Fintech Crowdfunding* Syariah

Masyarakat sebagai pengguna layanan *fintech crowdfunding* syariah perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai sistem dan mekanisme layanan ini. Salah satu langkah penting yang harus dilakukan adalah meningkatkan literasi keuangan syariah, agar masyarakat memahami manfaat, risiko, serta cara kerja *fintech crowdfunding* syariah sebelum memutuskan untuk menggunakannya.

Selain itu, masyarakat diharapkan lebih selektif dalam memilih platform *fintech crowdfunding* syariah. Memastikan bahwa platform yang digunakan sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) merupakan langkah penting untuk menjamin keamanan transaksi dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Masyarakat juga perlu melihat *fintech crowdfunding* syariah tidak hanya sebagai alternatif investasi atau donasi, tetapi juga sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan ekonomi berbasis syariah. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memahami berbagai bentuk skema *crowdfunding* syariah, seperti *equity crowdfunding* dan *peer-to-peer (P2P) lending* syariah, serta dampaknya terhadap ekonomi Islam.

Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi digital, masyarakat juga perlu meningkatkan kesadaran akan keamanan digital. Hal ini mencakup menjaga kerahasiaan data pribadi, menghindari platform yang tidak terpercaya, serta selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi keuangan secara *online*.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian mengenai *fintech crowdfunding* syariah masih memiliki banyak ruang untuk dikembangkan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian tidak hanya di wilayah Jabodetabek, tetapi juga di berbagai daerah lain di Indonesia. Dengan demikian, dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana perbedaan faktor demografi, sosial, dan ekonomi memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan *fintech crowdfunding* syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsien, I. H., & Purnamasari, D. (2016). Islamic Crowd-funding as The Next Financial Innovation in Islamic Finance. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 10(2), 1-11.
- Ahammed, A. (2017). Islamic Finance: Principles and Practice. *Islamic Finance Review Journal*, 5(3), 112-130.
- Alhudhari, M. (2023). Peran Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan Fintech Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 15(1), 45-58.

- Arzam, M., Yusuf, I., & Rachman, A. (2023). The Evolution of Islamic Crowdfunding: An Analysis of Growth and Opportunities. *Journal of Islamic Finance*, 8(2), 66-81.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295-336.
- Darmansyah, S., Hidayat, M., & Ramadhan, F. (2020). Kontrak Murabahah dan Mudharabah dalam Fintech Crowdfunding Syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 11(1), 15-30.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hardiwinoto. (2013). *Teori Keputusan Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendratmi, A., Taufiqurrahman, T., & Mahmud, A. (2020). Analisis Perkembangan Crowdfunding Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 78-89.
- Islami, A. (2022). The Role of Crowdfunding in Financing Small Enterprises: A Comparative Analysis. *Journal of Financial Technology*, 7(3), 22-35.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New York: Pearson.
- Lario, T. (2022). The Impact of Perceived Usefulness on Donation Decisions in Fintech Crowdfunding. *International Journal of Financial Technology*, 10(1), 32-45.
- Marzban, S., & Asutay, M. (2014). The Emergence of Islamic Crowdfunding: Opportunities and Challenges. *Islamic Finance Review Journal*, 9(2), 55-75.
- Maulidya, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Crowdfunding Syariah di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Keuangan Islam*, 14(2), 120-135.
- Misissaifi, H., & Sriyana, J. (2021). Attitudes Toward Islamic Fintech and Their Impact on Adoption Intentions. *Indonesian Journal of Business and Economics*, 6(1), 78-92.
- Mustafida, R., Rahman, F., & Putri, L. (2021). Crowdfunding as an Alternative Investment Model: A Theoretical Perspective. *Journal of Business Innovation*, 5(1), 99-115.

- Nabilla, R., & Shofawati, A. (2022). Islamic Crowdfunding in Indonesia: An Analysis of Market Trends. *Indonesian Journal of Islamic Finance*, 8(3), 88-101.
- Nasution, H. (2017). The Role of Ethis Crowd in the Development of Islamic Fintech in Indonesia. *Sharia Economic Journal*, 9(1), 42-55.
- Oktavia, R., Sari, P., & Fadilah, T. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Fintech Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 19(1), 55-70.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023a). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023b). Regulasi dan Kebijakan Pengembangan Fintech Syariah. Jakarta: OJK.
- Prasetyo, B., Santoso, A., & Widodo, H. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Crowdfunding Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 6(2), 45-58.
- Putri, D. (2023). Evaluating the Role of Perceived Usefulness in Fintech Crowdfunding Adoption. *Journal of Financial Studies*, 12(1), 60-78.
- Raihan, M. (2023). Keamanan, Kemudahan, dan Efektivitas dalam Fintech Syariah: Studi Kasus Kabupaten Siak. *Jurnal Keuangan Digital Islam*, 11(1), 35-50.
- Rohmah, S. (2020). Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan dalam Penggunaan Crowdfunding Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer*, 7(1), 20-35.
- Rumondang, F., Setiawan, R., & Diah, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Fintech Syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 9(2), 88-102.
- Saleh, R., Wicaksono, M., & Subekti, A. (2020). Perkembangan dan Tantangan Fintech Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 10(3), 55-68.
- Suryadi, T., Hidayat, M. R., & Lubis, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Sikap terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Fintech Crowdfunding Syariah di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis Syariah Indonesia*, 15(2), 78-93.
- Ulum, B., Hidayat, N., & Rahayu, M. (2021). Faktor Psikologis dan Eksternal dalam Adopsi Fintech Syariah. *Journal of Islamic Finance and Banking*, 13(1), 100-115.
- Yuannisa, R., & Lestari, D. (2023). Perkembangan Fintech Peer to Peer Lending dan Crowdfunding Syariah di Indonesia. *Journal of Financial Technology Studies*, 9(2), 55-70.