

THE ANALYSIS OF DESCRIPTIVE STATISTICS ON THE USE OF SYARIAH FINTECH IN INDONESIA¹

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF TERKAIT PENGGUNAAN FINTECH SYARIAH DI INDONESIA

Sahlan Yahya, Bayu Arie Fianto

Departemen Ekonomi Syariah - Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga
sahlan.yahya-2014@feb.unair.ac.id*, bayu.fianto@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menyajikan studi pendahuluan tentang penggunaan fintech syariah dalam beberapa aspek, yaitu aspek sosial ekonomi, aspek geografis, pengaruh sosial, religiusitas. Aspek sosial ekonomi terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jenis pekerjaan. Aspek geografis terdiri dari jarak tempat tinggal dari lembaga keuangan terdekat dan lokasi tempat tinggal. Data dikumpulkan dengan memberikan kuesioner kepada pengguna fintech syariah dan non-pengguna fintech syariah. Hasil dari penelitian ini adalah dalam bentuk penjelasan atau penggalian informasi terkait dengan aspek mana yang menunjukkan perbedaan antara pengguna dan non-pengguna fintech syariah. Penelitian ini dilakukan karena kurangnya penelitian tentang penggunaan fintech syariah dalam hal berbagai aspek di atas. Studi ini berkontribusi pada perilaku masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan fintech syariah sebagai penyedia jasa keuangan syariah di era Revolusi Industri 4.0.

Kata kunci: *fintech syariah, aspek sosial ekonomi, aspek geografis, pengaruh sosial, religiusitas*

ABSTRACT

This research presents a preliminary study on the use of Islamic fintech in terms of several aspects, namely, socio-economic aspects, geographical aspects, social influence, religiosity. Socio-economic aspects consist of gender, age, education level, income level, and type of work. Geographical aspects consist of the distance of residence from the nearest financial institution and location of residence. Data is collected by giving questionnaires to users of Islamic fintech and non-users of Islamic fintech. The results of this study are in the form of an explanation or excavation of information related to which aspects show the difference between users and non-users of Islamic fintech. This research was conducted because of the lack of research about the use of Islamic fintech in terms of various aspects above. This study contributes to the behavior of Indonesian people in utilizing Islamic fintech as a provider of Islamic financial services in the Industrial Revolution 4.0 era.

Keywords: *Islamic fintech, socioeconomic aspects, geographical aspects, social influence, religiosity*

Informasi artikel

Diterima: 19-05-2020

Direview: 30-05-2020

Diterbitkan: 14-07-2020

*Korespondensi
(Correspondence):
Sahlan Yahya

Open access under Creative
Commons Attribution-Non
Commercial-Share A like 4.0
International Licence
(CC-BY-NC-SA)



I. PENDAHULUAN

Di dalam ekonomi Islam, harta memiliki peran yang penting sebagai

sarana ibadah di sisi Allah (Aprianto, 2017).

Karena itu, memelihara harta merupakan salah satu unsur *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu

¹ Artikel ini merupakan bagian dari skripsi dari Sahlan Yahya, NIM: 041411433015, yang berjudul, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fintech Syariah di Indonesia."

nilai-nilai dan sasaran hukum yang dipandang sebagai tujuan dan rahasia syariah (Aprianto, 2017; Az-Zuhaili, 1986). Ini menunjukkan bahwa memelihara atau menjaga harta memiliki kedudukan penting dalam Islam, tentunya dengan cara yang halal. Allah SWT berfirman pada Q.S Al-Baqarah 168:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Yā ayyuhan nāsu kulū mimma fil arḍi ḥalālan ṭayyibaw walā tattabi'ū khuṭuwātisy syaiṭān, innahū lakum 'aduwwum mubīn

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"

Memelihara harta dilakukan dengan mengelola dan mengembangkannya. Salah satu cara untuk mengelola dan mengembangkan harta yakni dengan menggunakan jasa *fintech* (*financial technology*) syariah. *Fintech* merupakan inovasi teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru (Bank Indonesia, 2017). Sedangkan *fintech* syariah merupakan inovasi yang ada dalam bidang keuangan dan teknologi yang memudahkan proses transaksi berdasarkan nilai-nilai syariah (Yarli, 2018). Penyelenggaraan jasa *fintech* syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip

Syariah dalam sistem keuangan, yakni antara lain terhindar dari *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *dharar*, *zhulm*, dan *haram* (Majelis Ulama Indonesia, 2018b). Allah SWT berfirman pada Q.S Al-Baqarah 275:

وَاَحْلًا اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... ٢٧٥

wa aḥalla allāhul bay'a wa harramar ribā

Artinya: "...padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

Fintech berperan penting karena dapat memberikan jasa keuangan di area di mana kantor bank mungkin tidak tersedia (Jagtiani & Lemieux, 2018). Ini perlu dilakukan agar seseorang yang sebelumnya tidak mampu mengakses layanan di bank (*unbankable*) dapat menggunakan jasa keuangan sebagaimana mereka yang dapat mengakses modal di bank atau *bankable* (Kasali, 2017). Ini penting karena jumlah orang dengan kategori *unbankable* di Indonesia termasuk salah satu yang terbesar di dunia dengan urutan sebagai berikut (World Bank, 2018): Tiongkok (225 juta orang), India (190 juta orang), Pakistan (100 juta orang), Indonesia (95 juta orang). Artinya, penggunaan *fintech* syariah saat ini penting untuk dipertimbangkan (World Bank, 2018).

Motivasi dalam Melakukan Penelitian Ini

Dalam memberikan layanan kepada pengguna, penyelenggara *fintech* syariah perlu memperhatikan penggunaan jasa keuangan dari berbagai aspek seperti: aspek sosioekonomi, aspek geografis, aspek

pengaruh sosial, aspek religiusitas. (Jung, 2017) membuktikan bahwa ada beberapa hal yang mempengaruhi penggunaan *fintech*, diantaranya yakni pengaruh sosial. Pengaruh sosial berperan penting dalam pengambilan keputusan sehingga mempengaruhi penggunaan jasa keuangan (Tan & Lau, 2016).

Dari sudut pandang agama, penggunaan *fintech* syariah perlu dipertimbangkan. Ini karena *fintech* syariah tidak melibatkan berbagai hal yang bertentangan dengan prinsip syariah Islam seperti *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *dharar*, *zhulm*, dan *haram* (Majelis Ulama Indonesia, 2018b). Selain itu, Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia (Kusnandar, 2019) sehingga penelitian terkait penggunaan *fintech* syariah perlu ditinjau dari aspek religiusitas. Terkait hal ini, (Bananuka, Kaawaase, Kasera, & Nalukenge, 2019; Souiden & Rani, 2015) menunjukkan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang berperan dalam penggunaan jasa lembaga keuangan syariah.

Kondisi sosioekonomi juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan jasa lembaga keuangan. Penelitian (Jiménez & Díaz, 2019; Jugurnath, Bissessur, Ramtohol, & Mootooganagen, 2018) menyimpulkan bahwa indikator sosioekonomi (misal: jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan) berperan penting dalam penggunaan jasa lembaga keuangan.

Faktor geografis juga patut dipertimbangkan. Beberapa kendala geografis seperti lokasi tempat tinggal dan jarak yang terlalu jauh dengan lembaga keuangan terdekat juga menjadi hambatan tersendiri dalam menggunakan jasa keuangan sehingga penggunaan jasa *fintech* penting untuk dipertimbangkan (World Bank, 2018). (Jugurnath et al., 2018) menunjukkan bahwa lokasi tempat tinggal berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa keuangan.

Hanya saja, sejauh penelusuran penulis, masih sedikit penelitian tentang penggunaan *fintech* syariah dari berbagai aspek yang telah disebutkan di atas. Ini karena penelitian terkait penggunaan *fintech* untuk kasus di Indonesia belum banyak, apalagi *fintech* syariah. Beberapa diantara penelitian *fintech* untuk kasus di Indonesia adalah penelitian (Rusydia, 2018; Teja, 2018) yang membahas hal-hal yang harus dilakukan *fintech* untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Sedangkan penelitian ini membahas hal-hal yang mempengaruhi penggunaan *fintech* syariah.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk melihat aspek/dimensi sosioekonomi, geografis, pengaruh sosial, dan religiusitas yang menunjukkan perbedaan antara pengguna dan bukan pengguna *fintech* syariah.

II. LANDASAN TEORI

Fintech (Financial Technology) Syariah

Fintech adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru (Bank Indonesia, 2017). *Fintech* meliputi solusi keuangan yang diwujudkan oleh Teknologi Informasi (TI). *Fintech* dapat diartikan sebagai inovasi dalam layanan keuangan dengan teknologi sebagai pemicu utama (Ernst & Young, 2018). Sedangkan *fintech* syariah merupakan inovasi yang ada dalam bidang keuangan dan teknologi yang memudahkan proses transaksi berdasarkan nilai-nilai syariah (Yarli, 2018). Ada beberapa hal yang tidak boleh dilakukan dalam menyelenggarakan jasa *fintech* syariah yakni antara lain (Majelis Ulama Indonesia, 2017, 2018a): *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *dharar*, *risywah*, *israf*.

Teori Perilaku

Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini dikemukakan oleh (Fishbein & Ajzen, 1975) untuk membangun hubungan antara kepercayaan, sikap, niat dan perilaku. Teori ini menguraikan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niatnya untuk melakukan perilaku tersebut (Amin, Abdul-Rahman, & Razak, 2014). Premis utama dari model TRA adalah seseorang bersikap rasional dalam melakukan perilaku tertentu (Fishbein & Middlestadt, 1997).

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini telah dikembangkan oleh (Ajzen, 1991) di mana ia menambahkan satu variabel ke model TRA untuk melahirkan model TPB. Individu umumnya

memiliki semacam kontrol dalam mengambil atau tidak mengambil keputusan yang menguraikan pentingnya menghormati kontrol seseorang dalam pengambilan keputusan (Amin et al., 2014).

TAM (Technology Acceptance Model)

Teori ini dikembangkan oleh (Davis, 1989) yang mengusulkan bahwa manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang berkontribusi terhadap niat perilaku dalam konteks teknologi.

Teori Perilaku Keuangan dalam Perspektif Islam

Ada beberapa hal yang perlu diamati dari teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal ini meliputi: materialisme dan filsafat hedonistik menjadi tujuan hidup seseorang (Lada, Tanakijal, & Amin, 2009; Md Taib & Ramayah, 2008), tidak membahas konsumerisme dalam perspektif Islam (Khan, 1995), dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri yang bisa jadi menyimpang (Khan, 1995). Teori perilaku dalam Islam memandang kebahagiaan abadi sebagai tujuan hidup seseorang. Secara khusus, suatu tindakan dipengaruhi oleh pertimbangan moderasi dan kebajikan daripada maksimisasi diri dan tindakan tanpa batasan (Khan, 1994). Hal ini mendorong seseorang bertindak berdasarkan kebutuhan yang tulus. Seseorang dapat melakukan kegiatan keuangan sesuai dengan kebutuhannya. Sisa penghasilan atau kekayaannya harus

dihabiskan untuk amal demi Allah SWT (Al-Faruqi, 1982).

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah tingkat pengaruh yang diterima dari orang-orang kunci di sekitarnya (Jung, 2017). Menurut (Riquelme & Rios, 2010), saran dari teman, keluarga dan kerabat merupakan hal penting dalam pengambilan keputusan tentang penggunaan produk atau layanan baru. Di beberapa negara, konsumen sangat bergantung pada pendapat keluarga dan teman sebaya ketika mereka ingin membeli layanan keuangan atau perbankan (Rugimbana, 2007). Selain itu, dalam budaya yang lebih kolektif, orang memiliki kecenderungan untuk bekerja dalam kelompok dan menghormati ide dan pendapat satu sama lain (Tan & Lau, 2016).

Religiusitas

Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang berkomitmen pada ajaran agama yang dianut olehnya, seperti sikap dan perilaku individu tersebut (Johnson, Jang, Larson, & Li, 2001). Religiusitas memiliki dimensi pribadi yang mewakili hubungan nyata individu dengan Tuhan (Slater, Hall, & Edwards, 2001).

Aspek Sosioekonomi

Sosioekonomi dapat didefinisikan sebagai posisi individu atau keluarga dalam kaitannya dengan ukuran rata-rata pendapatan yang berkaitan dengan kesejahteraan (Svalatage, 1989; Zunaidi, 2013). Beberapa elemen yang membentuk aspek sosioekonomi antara

lain: usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, profesi (Maulida, 2019).

Aspek Geografis

Aspek geografis mencakup hubungan sebab akibat dan hubungan spasial dari kehidupan manusia dalam lingkungan fisik, sosial dan budaya yang terintegrasi (Maulida, 2019). Dalam konteks keuangan, ini dapat berupa jarak dari lembaga keuangan atau jenis lokasi permukiman.

III. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang diolah dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama objek penelitian. Untuk dapat menghasilkan data primer, penelitian ini dilakukan secara langsung kepada objek yang dituju dengan instrumen berupa kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *fintech*, yang berjumlah 7.771.026 orang (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *fintech payment* syariah serta peminjam *fintech peer-to-peer (p2p) lending* syariah. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus (Yamane, 1967) dan diperoleh sampel minimal sebanyak 99,9987846 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden, sedangkan kuesioner mendapatkan 130 tanggapan dari pengguna dan non-pengguna *fintech* syariah.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat kesahihan alat ukur dalam penelitian (Anshori & Iswati, 2009). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan apakah instrumen penelitian dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (Anshori & Iswati, 2009). Hasil kedua uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Teknik Analisis Data

Langkah pertama yang dilakukan yaitu menguji kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang telah disebutkan di atas, kemudian data dijelaskan melalui analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik sederhana yang dilakukan sebagai langkah pertama dalam menentukan keberadaan suatu masalah (Agung, 2000). Selanjutnya, hasil analisis statistik deskriptif akan menjadi dasar untuk membuat rangkuman deskriptif, yang didukung oleh pendapat ilmiah atau kesepakatan ilmiah (Agung, 2000).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Item pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Pengaruh Sosial			
Butir 1	0,808	0,1723	Valid
Butir 2	0,867	0,1723	Valid
Butir 3	0,808	0,1723	Valid
Butir 4	0,863	0,1723	Valid
Variabel Religiusitas			
Butir 1	0,731	0,1723	Valid
Butir 2	0,825	0,1723	Valid
Butir 3	0,816	0,1723	Valid
Butir 4	0,741	0,1723	Valid
Butir 5	0,791	0,1723	Valid
Butir 6	0,601	0,1723	Valid

Sumber: data diolah (2020)

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengaruh Sosial	0,855	Reliabel
Religiusitas	0,837	Reliabel

Sumber: data diolah (2020)

Karakteristik Responden

Tabel 3.
Statistik Deskriptif Penggunaan

Status Penggunaan	Jumlah	Persentase
Pengguna	100	76,92 %
Bukan Pengguna	30	23,08 %

Sumber: data diolah (2020)

Tabel 4.
Statistik Deskriptif Aspek Sosioekonomi

Kategori	Pengguna	Bukan Pengguna	Total
Variabel Jenis Kelamin			
Laki-laki	44	8	52
Perempuan	56	22	78
Variabel Usia			
<17 tahun	0	0	0
17-32 tahun	73	26	99
33-48 tahun	13	2	15
49-64 tahun	13	2	15
≥65 tahun	1	0	1
Variabel Tingkat Pendidikan			
SD	2	0	2
SMP	2	0	2
SMA	36	13	49
PT	60	17	77
Variabel Tingkat Pendapatan			
<2 juta	56	24	80
2-4 juta	29	2	31
4-6 juta	11	1	12
6-8 juta	2	1	3
8-10 juta	1	1	2
>10 juta	1	1	2
Variabel Jenis Pekerjaan			
Freelance	32	12	44
Bukan freelance	68	18	86

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak menjadi pengguna (56 orang) daripada jumlah responden laki-laki (44 orang). Jumlah responden perempuan bukan pengguna juga lebih banyak (22 orang) daripada laki-laki (8 orang). Artinya, perempuan lebih mendominasi penggunaan *fintech* syariah daripada laki-laki. Ini menyiratkan indikasi bahwa ada dampak jenis kelamin

terhadap penggunaan jasa keuangan sebagaimana studi (Jiménez & Díaz, 2019), meski studi (Jugurnath et al., 2018) menunjukkan ketiadaan dampak jenis kelamin terhadap penggunaan jasa keuangan.

Pengguna dengan kelompok usia 17-32 tahun lebih banyak (73 orang) daripada kelompok usia 33-48 tahun (13 orang), kelompok usia 49-64 tahun (13 orang), dan ≥ 65 tahun (1 orang). Sedangkan kelompok usia 17-32 tahun yang bukan pengguna lebih banyak (26 orang) daripada kelompok usia 33-48 tahun (2 orang), kelompok usia 49-64 tahun (2 orang), dan kelompok usia ≥ 65 tahun (tidak ada). Artinya, usia muda paling mendominasi penggunaan *fintech* syariah sehingga ada indikasi bahwa penggunaan *fintech* syariah dipengaruhi usia. Ini sejalan dengan penelitian (Jiménez & Díaz, 2019) bahwa usia muda memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam mengakses internet daripada usia tua.

Pengguna dengan tingkat Pendidikan Tinggi (PT) lebih banyak (60 orang) daripada pengguna dengan tingkat SMA (36 orang), SMP (2 orang), dan SD (2 orang). Sedangkan kelompok bukan pengguna dengan tingkat PT lebih banyak (17 orang) daripada tingkat SMA (13 orang), tingkat SMP (tidak ada), dan SD (tidak ada). Hal ini menunjukkan bahwa lulusan PT paling dominan dalam menggunakan *fintech* syariah sehingga ada indikasi bahwa penggunaan *fintech* syariah dipengaruhi tingkat pendidikan. Ini

sejalan dengan penelitian (Hardana, Pratiwi, & Ambayo, 2019; Jiménez & Díaz, 2019; Jugurnath et al., 2018) yang secara umum menyimpulkan bahwa tingkat pendidikan memiliki dampak terhadap penggunaan jasa keuangan.

Kelompok pengguna dengan pendapatan di bawah 2 juta lebih banyak (56 orang) lebih banyak daripada kelompok 2-4 juta (29 orang), 4-6 juta (11 orang), 6-8 juta (2 orang), 8-10 juta (1 orang), dan di atas 10 juta (1 orang). Sedangkan kelompok bukan pengguna dengan pendapatan di bawah 2 juta lebih banyak (24 orang) daripada kelompok 2-4 juta (2 orang), kelompok 4-6 juta (1 orang), 6-8 juta (1 orang), 8-10 juta (1 orang), dan di atas 10 juta (1 orang). Ini menunjukkan bahwa pendapatan rendah paling mendominasi penggunaan *fintech* syariah. Hal ini sejalan dengan laporan (World Bank, 2018) yang menyatakan bahwa penyebab utama fenomena *unbankable* adalah ketiadaan uang yang cukup untuk mengakses jasa keuangan. Sebagai gantinya, *fintech* menawarkan kemudahan yang tidak ditemukan pada lembaga keuangan lain seperti bank (Kasali, 2017), sehingga *fintech* dapat menjadi alternatif bagi mereka yang tergolong *unbankable*.

Jumlah responden yang bekerja sebagai *freelance* lebih sedikit menjadi pengguna (32 orang) daripada bukan *freelance* (68 orang). Jumlah responden bukan pengguna yang bekerja sebagai *freelance* juga lebih sedikit (12 orang) daripada bukan *freelance* (18 orang).

Artinya, penggunaan *fintech* syariah didominasi kategori bukan *freelance*. Ini menunjukkan indikasi bahwa ada dampak jenis pekerjaan terhadap penggunaan jasa keuangan, sebagaimana penelitian (Jiménez & Díaz, 2019).

Tabel 5.
Statistik Deskriptif Aspek Geografis

Kategori	Pengguna	Bukan Pengguna	Total
Variabel Jarak			
<5 km	63	18	81
5-10 km	34	10	44
>10 km	3	2	5
Variabel Lokasi			
Kota	41	15	56
Kabupaten	59	15	74

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa responden yang domisilinya berjarak kurang dari 5 km dengan lembaga keuangan terdekat lebih banyak menjadi pengguna daripada responden yang berjarak diantara 5-10 km dengan lembaga keuangan terdekat (34 orang) atau lebih dari 10 km (3 orang). Ini menunjukkan bahwa kategori kurang dari 5 km paling mendominasi penggunaan *fintech* syariah. Ini menunjukkan indikasi bahwa jarak dengan lembaga keuangan biasa (seperti bank, pegadaian, atau koperasi) tidak memiliki kaitan apapun dengan penggunaan *fintech* syariah, meski (World Bank, 2018) menyatakan bahwa akses fenomena *unbankable* salah satunya karena jarak yang jauh dengan lembaga keuangan, yang itu bisa diatasi dengan penggunaan *fintech* (termasuk *fintech* syariah). Hal ini terjadi karena akses *fintech* syariah dapat dilakukan di mana saja, berapapun jaraknya dengan lembaga keuangan biasa.

Responden yang berdomisili di kabupaten lebih banyak menjadi pengguna (59 orang) daripada responden yang berdomisili di kota (41 orang), sedangkan responden bukan pengguna yang berdomisili di kota dan kabupaten berjumlah sama (15 orang). Ini menunjukkan bahwa kategori kabupaten paling mendominasi penggunaan *fintech* syariah. Hal ini menyiratkan bahwa lokasi tempat tinggal berdampak pada penggunaan jasa keuangan, sebagaimana studi (Jugurnath et al., 2018), meski studi (Tambunan & Nasution, 2013) dalam (Maulida, 2019) menunjukkan ketiadaan dampak lokasi tempat tinggal terhadap penggunaan jasa keuangan.

Dimensi pengaruh sosial dan religiusitas diukur dengan melihat nilai mean dan menentukan interval kelasnya. Rumus untuk menentukan interval kelas adalah sebagai berikut (Azwar, 2012):

interval kelas

$$= \frac{\text{nilai teratas} - \text{nilai terbawah}}{\text{jumlah kelas}}$$

Dimensi pengaruh sosial bernilai teratas 1 dan terbawah 0. Dengan melibatkan lima kategori, kriteria penilaian jawaban responden terkait pengaruh sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 6.
Kategori Mean untuk Aspek Pengaruh Sosial

Interval	Kategori
0-0,2	Sangat kecil
0,2-0,4	Kecil
0,4-0,6	Netral
0,6-0,8	Besar
0,8-1	Sangat besar

Sumber: data diolah (2020)

Sedangkan religiusitas bernilai teratas 5 dan terbawah 1. Dengan melibatkan lima kategori, kriteria penilaian

jawaban responden terkait religiusitas adalah sebagai berikut:

Tabel 7.
Kategori Mean untuk Aspek Religiusitas

Interval	Kategori
1-1,8	Sangat kecil
1,8-2,6	Kecil
2,6-3,4	Netral
3,4-4,2	Besar
4,2-5	Sangat besar

Sumber: data diolah (2020)

Tabel 8.
Statistik Deskriptif Pengaruh Sosial Kategori Pengguna

Item Pertanyaan	Mean Score Pengguna	Keterangan
Butir 1	0,68	Besar
Butir 2	0,73	Besar
Butir 3	0,86	Sangat besar
Butir 4	0,82	Sangat besar
Rata-rata	0,7725	Besar

Sumber: data diolah (2020)

Tabel 9.
Statistik Deskriptif Pengaruh Sosial Kategori non-Pengguna

Item pertanyaan	Mean score bukan pengguna	Keterangan
Butir 1	0,3	Kecil
Butir 2	0,3	Kecil
Butir 3	0,6	Besar
Butir 4	0,4667	Netral
Rata-rata	0,4167	Netral

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 8, pengaruh sosial yang diterima pengguna termasuk besar, sedangkan berdasarkan Tabel 9, pengaruh sosial yang diterima non-pengguna termasuk netral. Artinya, pengaruh sosial yang diterima pengguna lebih besar dari pengaruh sosial yang diterima non-pengguna, sehingga ada indikasi bahwa pengaruh sosial yang semakin tinggi memperbesar kecenderungan seseorang untuk menggunakan *fintech* syariah. Ini sejalan dengan (Amin, Rahim Abdul Rahman, Laison Sondoh, & Magdalene Chooi Hwa, 2011; Jung, 2017; Tan & Lau, 2016) yang secara umum membuktikan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak terhadap penggunaan jasa keuangan.

Tabel 10.
Statistik Deskriptif Religiusitas Kategori Pengguna

Item pertanyaan	Mean score pengguna	Keterangan
Butir 1	3,84	Besar
Butir 2	4,24	Sangat besar
Butir 3	3,76	Besar
Butir 4	4,38	Sangat besar
Butir 5	4,4	Sangat besar
Butir 6	4,28	Sangat besar
Rata-rata	4,15	Besar

Sumber: data diolah (2020)

Tabel 11.
Statistik Deskriptif Religiusitas Kategori Bukan Pengguna

Item pertanyaan	Mean Score Bukan Pengguna	Keterangan
Butir 1	3,6	Besar
Butir 2	4,4667	Sangat besar
Butir 3	3,7333	Besar
Butir 4	4,6333	Sangat besar
Butir 5	4,4667	Sangat besar
Butir 6	4,5	Sangat besar
Rata-rata	4,2333	Sangat besar

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 10, tingkat religiusitas pada pengguna termasuk besar, sedangkan tingkat religiusitas pada non-pengguna termasuk sangat besar. Artinya, tingkat religiusitas pengguna *fintech* syariah lebih kecil dari tingkat religiusitas non-pengguna *fintech* syariah sehingga ada indikasi bahwa tingkat religiusitas seseorang tidak berdampak terhadap penggunaan *fintech* syariah.

Idealnya, seseorang yang religius memiliki kesadaran bahwa apa yang dia lakukan dalam kehidupan sehari-harinya harus sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran agama. Semakin religius seseorang, semakin tinggi kesadaran akan menjalankan nilai dan ajaran agamanya sehingga kecenderungan untuk menggunakan jasa keuangan syariah, termasuk *fintech* syariah, juga semakin tinggi. Di sisi lain, (Balushi, Locke, & Boulanouar, 2018) menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berdampak besar

terhadap penggunaan jasa keuangan syariah. (Osoba, 2003) dalam (Balushi et al., 2018) menjelaskan bahwa mematuhi aturan dalam Islam tidak menjadi perhatian utama bagi pengguna jasa keuangan syariah. Orang yang religius tidak sepenuhnya percaya bahwa produk keuangan syariah yang ditawarkan benar-benar mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam.

V. SIMPULAN

Penelitian ini meninjau penggunaan *fintech* syariah berdasarkan aspek sosioekonomi, geografis, pengaruh sosial, dan religiusitas. Ada beberapa aspek yang menunjukkan indikasi dampak terhadap penggunaan *fintech* syariah seperti: usia, pendidikan, pendapatan, pengaruh sosial. Sebaliknya, ada beberapa aspek yang menunjukkan indikasi ketiadaan dampak terhadap penggunaan *fintech* syariah seperti: jenis kelamin, pekerjaan, aspek geografis, religiusitas.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pembahasan terkait penggunaan *fintech* syariah berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan di atas. Bagi penelitian selanjutnya, temuan penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan analisis lain (misal: regresi, analisis faktor) atau dengan menganalisis penggunaan *fintech payment* syariah dan *fintech p2p lending* syariah secara terpisah.

Hasil temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan oleh penyelenggara *fintech* syariah dalam rangka meningkatkan penggunaan jasa

yang mereka tawarkan, yakni jasa *fintech* syariah. Bagi penyelenggara negara dan pembuat kebijakan, temuan ini dapat dijadikan pertimbangan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan agar semakin banyak masyarakat yang dapat menikmati akses terhadap jasa keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G. N. (2000). Analisis statistik sederhana untuk pengambilan keputusan. *Populasi*, 11(2), 77–100.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al-Faruqi, I. R. (1982). *Al Tawhid: Its implications for thought and life*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Amin, H., Abdul-Rahman, A. R., & Razak, D. A. (2014). Theory of Islamic consumer behaviour: An empirical study of consumer behaviour of Islamic mortgage in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 273–301. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>
- Amin, H., Rahim Abdul Rahman, A., Laison Sondoh, S., & Magdalene Chooi Hwa, A. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22–42. DOI: <https://doi.org/10.1108/1759081111129490>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Metodologi penelitian kuantitatif*, edisi pertama. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aprianto, N. E. K. (2017). Konsep harta dalam tinjauan maqashid syariah. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 3(2), 65–74.
- Az-Zuhaili, W. (1986). *Ushul al-fiqh al-Islami (Juz II)*. Damascus: Dar Al-Fikr.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Balushi, Y. Al, Locke, S., & Boulanouar, Z.

- (2018). Islamic financial decision-making among SMEs in the Sultanate of Oman: An adaption of the theory of planned behaviour. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 20, 30–38. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2018.06.001>
- Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 166-186. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>
- Bank Indonesia. (2017). Teknologi finansial. Retrieved January 17, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ernst & Young. (2018). *ASEAN Fintech Sensus 2018*. Singapore: EY.
- Fishbein, M. A., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Boston: Addison-Wesley.
- Fishbein, M. A., & Middlestadt, S. E. (1997). A striking lack of evidence for nonbelief-based attitude formation and change: a response to five commentaries. *Journal of Consumer Psychology*, 6(1), 107–115. DOI: https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0601_08
- Hardana, A. E., Pratiwi, D. E., & Ambayoen, M. A. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani hortikultura dalam mengakses pembiayaan mikro di Jawa Timur. In *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*. Banjarmasin: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat. Retrieved from <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-lit/article/viewFile/156/157>
- Jagtiani, J., & Lemieux, C. (2018). Do fintech lenders penetrate areas that are underserved by traditional banks? *Journal of Economics and Business*, 100(March), 43–54. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2018.03.001>
- Jiménez, J. R. Z., & Díaz, I. A. (2019). Educational level and Internet banking. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 22, 31–40. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2019.01.004>
- Johnson, B., Jang, S., Larson, D., & Li, S. (2001). Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 38(1), 22–43.
- Jugurnath, B., Bissessur, R., Ramtohul, P., & Mootooganagen, R. (2018). Fintech and digital banking: Perception and usage an mauritius, A logistic regression approach. In *The 5th IBSM International Conference on Business, Management and Accounting* (pp. 7–33). Hanoi: Hanoi University of Industry. Retrieved from <http://caal-inteduorg.com/proceedings/ibsm5/M2-05.pdf>
- Jung, L. (2017). A Study on the relationship with attitude and satisfaction of the continuance intention in fintech. *International Information Institute (Tokyo). Information*, 20(8B), 5817–5824.
- Kasali, R. (2017). *Disruption: Tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi, motivasi saja tidak cukup*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khan, M. (1994). *An introduction to Islamic economics*. Islamabad: International Institute of Islamic Thought and Institute of Policy Studies.
- Khan, M. (1995). *Essays in Islamic economics*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Kusnandar, V. B. (2019). Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia. Retrieved July 5, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/d>

- atapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia#
- Lada, S., Tanakijal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. DOI: <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Majelis Ulama Indonesia. (2017). Fatwa tentang Uang Elektronik Syariah. Indonesia. Retrieved from <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/2/>
- _____. (2018). Fatwa tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, Pub. L. No. 117. Indonesia. Retrieved from <https://dsnmu.or.id/category/fatwa/>
- _____. (2018). Ini Fatwa Terbaru DSN-MUI tentang Uang Elektronik dan Layanan Pembiayaan Berbasis IT. Retrieved February 13, 2019, from <https://mui.or.id/berita/ini-fatwa-terbaru-dsn-mui-tentang-uang-elektronik-dan-layanan-pembiayaan-berbasis-it/>
- Maulida, H. (2019). *Pengaruh sosioekonomi, geografis, dan karakteristik pembiayaan terhadap tingkat kolektibilitas pembiayaan (studi kasus pada koperasi syariah XYZ Sidoarjo)*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Md Taib, F., & Ramayah, T. (2008). Factor influencing intention to use diminishing partnership home financing. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 235–248. DOI: <https://doi.org/10.1108/17538390810901168>
- Osoba, B. (2003). *Risk preferences and the practice of religion: Evidence from panel data*. Charlottesville.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Statistik fintech lending periode April 2019*. Jakarta. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/ikn-b/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-April-2019.aspx>
- Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328–341. DOI: <https://doi.org/10.1108/02652321011064872>
- Rugimbana, R. (2007). Youth based segmentation in the Malaysian retail banking sector: The relationship between values and personal e-banking service preferences. *International Journal of Bank Marketing*, 25(1), 6–21. DOI: <https://doi.org/10.1108/02652320710722588>
- Rusydiana, A. S. (2018). Bagaimana mengembangkan industri fintech syariah di Indonesia? Pendekatan interpretive structural model. *Al-Muzara'ah*, 6(2), 117-128. DOI: <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.117-128>
- Slater, W., Hall, T., & Edwards, K. (2001). Measuring religion and spirituality: where we are and where are we going? *Journal of Psychology and Theology*, 29(1), 4–21.
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143–161. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>
- Tambunan, M., & Nasution, I. G. (2013). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank BCA Kota Medan (Studi kasus etnis Cina). *Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 193-204.
- Tan, E., & Lau, J. L. (2016). Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*, 17(1), 18-31. DOI: <https://doi.org/10.1108/YC-07-2015-00537>
- Teja, A. (2018). Indonesian fintech business: New innovations or foster and collaborate in business ecosystems? *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*,

- 10(1), 10–18. DOI:
<https://doi.org/10.12695/ajtm.2017.10.1.2>
- World Bank. (2018). *Global finindex database 2017*. Washington D.C: World Bank.
- Yamane, T. (1967). *Teknik pengambilan sampel*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Yarli, D. (2018). Analisis akad tijarah pada transaksi fintech syariah dengan pendekatan maqashid. *Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, 9(2), 245-256. DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/yudisia.v9i2.4766>

LAMPIRAN PERTANYAAN

PENGARUH SOSIAL

Apakah keluarga atau kerabat Anda pernah menggunakan Fintech Syariah?	(a) Ya (b) Tidak
Apakah keluarga atau kerabat Anda pernah menyarankan Anda untuk menggunakan Fintech Syariah?	(a) Ya (b) Tidak
Apakah teman atau rekan Anda pernah menggunakan Fintech Syariah?	(a) Ya (b) Tidak
Apakah teman atau rekan Anda pernah menyarankan Anda untuk menggunakan Fintech Syariah?	(a) Ya (b) Tidak

Aspek Religiusitas

Pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
Saya menghadiri kajian agama di tempat ibadah agama saya					
Saya membaca kitab suci agama saya					
Saya membaca buku agama					
Saya mencoba berusaha mengikuti perintah agama dalam segala hal					
Saya berusaha menghindari dosa kecil dan dosa besar sebagaimana dalam perintah agama					
Saya merasakan kesedihan dan ketidakpuasan ketika saya melakukan sesuatu yang bertentangan dengan iman saya					

Penggunaan Fintech Syariah

Apakah Anda pernah menggunakan Fintech Syariah?

- (a) Ya
- (b) Tidak