

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI JAGO SYARIAH (Studi Kasus Generasi Z Di D.I.Yogyakarta)

Sri Ambar Lestari¹, Ahmad Yunadi², Baiq Ismiati³, Al Haq Kamal⁴
212200310@almaata.ac.id¹, yunadi@almaata.ac.id², baiqismiati@almaata.ac.id³,
kamal.alhaq@almaata.ac.id⁴
Universitas Alma Ata

ABSTRAK

penelitian ini memiliki indentifikasi masalah adanya risiko dalam penggunaan aplikasi jago Syariah dalam aspek keamanan data, dengan itu memungkinkan masyarakat belum berminat menggunakan aplikasi jago Syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perceived usefulness terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, persepsi risiko terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, fitur layanan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun sampel dalam penelitian ini menggunakan persamaan rumus limeshow. Populasi dalam penelitian ini adalah gen z yang minat menggunakan aplikasi jago syariah sebanyak 100 orang. Hasil penelitian bahwa perceived usefulness berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, pada gen z Yogyakarta.

Kata Kunci: Perceived Usefulness, Persepsi Risiko, Fitur Layanan, Minat Menggunakan, Gen Z.

ABSTRAK

This study has an identification of the problem of risk in using the Jago Syariah application in terms of data security, thus allowing people not to be interested in using the Jago Syariah application. The purpose of this study is to determine the effect of perceived usefulness, risk perception, service features on interest in using the Jago Syariah Application. This type of research uses quantitative research. The sample in this study uses the limeshow formula equation. The population in this study is 100 gen z who are interested in using the Jago Syariah application. The results of the study show that perceived usefulness has an effect on the interest in using the Jago Syariah application, risk perception has no effect on the interest in using the Jago Syariah application, service features have an effect on the interest in using the Jago Syariah application, in Gen Z Yogyakarta.

Keywords: Perceived Usefulness, Risk Perception, Service Features, Interested In Using, Gen Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi banyak industri, salah satunya termasuk perbankan yang mulai memanfaatkan teknologi digital banking. Pada awalnya, Indonesia masih bergantung pada pembayaran tunai karena terbatasnya pertumbuhan card-based instrument (Kurnia & Tandijaya, 2023). Selama pandemic Covid-19 yang melanda Indonesia beberapa tahun terakhir, aktivitas belanja tunai menjadi sulit dan banyak dihindari karena penyebaran virus yang cepat. Masyarakat dianjurkan untuk melakukan pembayaran non-tunai guna mengurangi kontak langsung yang dapat menyebabkan penularan virus (Danyasa, 2022). Hal ini membuka peluang besar untuk penggunaan perangkat elektronik sebagai media pembayaran non-tunai (Kurnia & Tandijaya, 2023). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia mencapai

215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% atau sekitar 5,6 juta orang dibandingkan pada periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Pada tahun 2021-2022 sebesar 77,02%. Tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun.

Bank digital adalah hal baru bagi masyarakat Indonesia dibandingkan dengan bank konvensional. Bank digital terus mengalami pertumbuhan. Oleh karena itu, penggunaan bank digital akan semakin penting ke depannya. Hal ini sejalan dengan peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat nomor

16/PRT/M/2017 tahun 2017 mengenai transaksi tol non-tunai, yang mengharuskan penggunaan uang elektronik atau e-toll/e-money (Kurnia & Tandijaya, 2023). Selain untuk membayar tol, uang elektronik sekarang juga bisa digunakan untuk belanja daring dan luring, serta transaksi konvensional lainnya (Kurnia & Tandijaya, 2023). Melalui dukungan peraturan dari Kementerian dan Bank Indonesia, penggunaan layanan bank digital semakin meningkat.

Menurut otoritas Jasa Keuangan ada beberapa bank digital yang telah beroperasi, salah satunya adalah Bank Jago milik Bank Jago Tbk. Digital Jago atau yang lebih dikenal dengan Bank Jago memiliki layanan syariah yang disebut dengan Bank Jago Syariah yang telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Bank digital syariah ini dikeluarkan oleh PT. Bank Jago Tbk yang sebelumnya bernama PT. Bank Artos Indonesia Tbk. Bank Jago Syariah memiliki fitur dan produk yang sama dengan Bank Jago versi konvensional, namun yang membedakan adalah Bank Jago Syariah menyediakan layanan yang berlandaskan prinsip keuangan Islam.

Bank Jago adalah aplikasi finansial yang bekerja menggunakan prinsip life centric. Aplikasi ini dapat digunakan untuk mengelola keuangan dengan mudah, inovatif, menabung sesuai dengan kebutuhan dan alokasi yang diperlukan dan bertransaksi sesuai syariah. Bank Jago terus aktif dalam membangun ekosistem digital guna mendorong pertumbuhan jumlah nasabah. Indonesia sebagai negara yang penduduknya mayoritas beragama Muslim masih belum optimal dalam menggunakan produk perbankan yang berbasis Syariah. Berdasarkan Global Islamic Economy Report 2016/2017 menyebutkan bahwa Indonesia menduduki

peringkat kesembilan sebagai Top Islamic Finance Countries. Walaupun perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat, tetapi jumlah bank, jumlah kantor bank, dan jumlah total aset bank syariah masih sangat kecil bila dibandingkan dengan bank konvensional. Pangsa pasar (market share) perbankan syariah berada di angka 5,95% masih jauh di bawah pangsa pasar perbankan konvensional. Rendahnya persentase pangsa pasar disebabkan oleh strategi bank syariah yang belum maksimal memasarkan produk dan layanan syariah kepada masyarakat luas sebagai target sasaran pengguna suatu produk atau jasa. Adanya perbankan digital Bank Jago Syariah diharapkan dapat meningkatkan penggunaan layanan keuangan syariah yang memperluas market share nasabah bank syariah dan mempermudah penggunaannya. Kemudahan yang dirasakan oleh pengguna menjadi sebuah tujuan bagi setiap perusahaan karena kemajuan yang diinginkan oleh perusahaan ditinjau berdasarkan kepuasan pelanggan dan keaktifan perusahaan menaikkan nama dan citra perusahaan.

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) menurut Davis dalam (Kurnia & Tandijaya, 2023), perceived usefulness mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi Jago Syariah dapat memudahkan dan mempercepat aktivitas

perbankan mereka, maka kemungkinan besar mereka akan tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dalam konteks aplikasi bank jago Syariah, *perceived usefulness* dapat dilihat dari manfaat yang dirasakan pengguna dalam mempermudah transaksi, keuangan, mengelola keuangan, serta memberikan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kegunaan sangat erat hubungannya dengan fitur layanan yang disediakan oleh aplikasi jago Syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kemudian disebarkan kepada responden yaitu orang yang minat menggunakan aplikasi bank jago Syariah. Data pada penelitian ini termasuk dalam data primer dimana data diambil langsung dari narasumber, kemudian menggunakan skala likert sebagai alat ukur kuesioner. Metode analisis data penelitian ini yang akan digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji instrument, uji asumsi klasik, uji linear berganda, dan uji hipotesis diolah menggunakan software SPSS.

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data dari data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data, baik melalui wawancara maupun pengisian kuesioner (Salsabila, 2022). Menurut (Syafiq, 2023), data primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada peneliti. Selama pengumpulan data primer, peneliti perlu mengamati hasil yang diberikan oleh subjek penelitian dalam periode waktu yang telah ditentukan dan mencatat hal-hal penting yang muncul selama pengamatan tersebut. Dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan antar variabel yang disusun secara terstruktur dan sistematis untuk memperoleh informasi dan data yang diinginkan oleh peneliti. Data yang diperoleh bersifat primer.

Penelitian ini memakai Skala Likert (Syafiq, 2023) dengan empat opsi, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 1. Nilai Skala Likert

Skala Likert	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dari model regresi, yang mencakup variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi yang normal atau tidak.

Uji normalitas	Unstandardized Residual
Exact sig.(2-tailed)	0,120

Berdasarkan hasil pengujian one sample kolmogorov-smirnov test, dapat dilihat bahwa nilai exact sig. (2-tailed) 0,120 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi secara normal. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	0,589	1.699
X2	0,946	1.057
X3	0,565	1.771

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukan bahwa ketiga variabel independen

memiliki nilai Tolerance diatas 0,100 yaitu variabel *perceived usefullnes* (0,589), variabel persepsi resiko (0,946), dan variabel fitur layanan (0,565) dan VIF dari ketiga variabel indepenpen kurang dari 10 yaitu variabel *perceived usefullnes* (1.699), variabel persepsi resiko (1.057), dan variabel fitur layanan (1.771). Jadi dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Heteroskedastisitas
X1	0,102
X2	0,494
X3	0,446

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa seluruh variabel memperoleh nilai sig > 0,05 yaitu variabel *perceived usefullnes* (X1) adalah 0,102, variabel persepsi resiko (X2) adalah 0,494 dan variabel fitur layanan (X3) adalah 0,446 yang artinya seluruh variabel diatas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Regresi linear berganda
Konstanta	2.460
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	0,351
Persepsi risiko (X2)	-0,040
Fitur Layanan (X3)	0,221

Uji regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS.22 didapatkan hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,460 + 0,351X1 + (-0,040X2) + 0,221X3$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan

X1 = *Perceived Usefulness*

X2 = Persepsi Resiko

X3 = Fitur Layanan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda tersebut dapat dilihat bahwa nilai Konstanta sebesar 2,460 jika semua variabel independen (X1,X2, dan X3) bernilai nol, maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 2,460. Koefisien X1 (0,351) menunjukan bahwa setiap peningkatan satu unit pada *perceived usefullnes* (X1) akan meningkatkan minat menggunakan (Y) sebesar 0,351, dengan asumsi X2 dan X3 tetap. Koefisien X2 (-0,040) menunjukan bahwa setiap peningkatan satu unit pada persepsi resiko (X2) akan menurunkan minat menggunakan Y sebesar 0,040, jika X1 dan X2 tidak berubah. Sementara itu, koefisien X3 (0,221) menunjukan bahwa setiap peningkatan satu unit pada fitur layanan (X3) akan meningkatkan Y sebesar 0,221, dengan asumsi X1 dan X2 tetap. Secara keseluruhan X1 memiliki pengaruh positif paling besar terhadap Y, sementara X2 memiliki pengaruh negatif.

Uji T (Parsial)

Variabel	Nilai T (Parsial)	Signifikan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	4,712	0,000
Persepsi Risiko (X2)	-0,961	0,339
Fitur Layanan (X3)	2,702	0,008

Pada tabel diatas menunjukan sig. *perceived usefullnes* 0,000 < 0,05 dan nilai Thitung 4.712 > 1.983 Ttabel, artinya *perceived usefullnes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah. Nilai sig. persepsi resiko 0,339 > 0,05 dan nilai Thitung -0,961 < 1.984, artinya persepsi resiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah, dan nilai sig. fitur layanan 0,008 < 0,05 dan nilai Thitung 2.702 > 1.984 Ttabel, artinya fitur layanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah.

Uji F (Simultan)

Nilai F (Simultan)	Signifikan
25.675	0,000

Tabel diatas menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 25.675 > 2,70$. Sehingga dapat disimpulkan *perceived usefulness*, persepsi resiko dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien Determinasi (R^2)
0,445

Dari hasil tabel diatas, didapatkan nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,445, maka bisa disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y) sebesar 0,445.

Pembahasan

1. Pengaruh *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah (Hipotesis 1)

Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah, sehingga hipotesis H1 diterima. Artinya jika *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan terhadap aplikasi jago syariah meningkat, minat seseorang untuk menggunakan aplikasi jago syariah juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi jago syariah dianggap oleh pengguna sebagai sarana yang memberikan keuntungan nyata, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna terutama dalam konteks keuangan syariah. *Perceived usefulness* mencakup berbagai aspek, seperti seberapa efektif aplikasi membantu menyelesaikan transaksi keuangan, meningkatkan produktivitas pengguna, serta memberikan pengalaman yang lebih baik dibandingkan aplikasi lainnya. Dalam konteks Aplikasi Jago Syariah, manfaat ini dapat berupa kemudahan dalam pembayaran zakat, fitur investasi halal, pengelolaan tabungan syariah, atau kemudahan dalam mengakses informasi keuangan berbasis prinsip syariah. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi ini memberikan solusi nyata untuk kebutuhan finansial mereka, maka keinginan mereka untuk mencoba atau terus menggunakan aplikasi ini akan meningkat.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan adalah salah satu faktor utama dalam menentukan niat dan ketertarikan untuk menggunakan teknologi. Dengan kata lain, pengguna cenderung akan menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi itu memberikan manfaat yang sejalan dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, Aplikasi Jago Syariah berhasil menawarkan solusi berbasis teknologi yang sesuai dengan keperluan pengguna, khususnya bagi mereka yang berkomitmen pada pengelolaan keuangan syariah.

Faktor-faktor yang dapat meningkatkan manfaat yang dirasakan yaitu fitur-fitur aplikasi, pengalaman pengguna yang baik, dan inovasi layanan yang terus berkembang. Dengan meningkatkan pemahaman pengguna tentang manfaat aplikasi jago syariah, maka persepsi kegunaan akan meningkat, yang pada akhirnya dapat mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan aplikasi jago syariah. Salah satu manfaat aplikasi bagi pengguna adalah memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi produk atau jasa yang dibutuhkan tanpa harus datang langsung ke toko, cukup dengan menggunakan internet atau aplikasi jago syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak hanya berpengaruh pada minat awal untuk memakai aplikasi, tetapi juga dapat memperkuat kesetiaan pengguna dalam jangka panjang.

Perceived usefulness merupakan salah satu faktor utama yang mendorong minat

menggunakan Aplikasi Jago Syariah. Strategi untuk meningkatkan pandangan terhadap kegunaan, seperti menawarkan fitur-fitur yang mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sangat penting untuk menarik minat pengguna baru serta menjaga kesetiaan pengguna yang sudah ada. Hal ini menandakan bahwa menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk pengembangan fitur yang berguna dan memberikan edukasi kepada pengguna dapat memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan aplikasi ini di pasar.

Selain itu, perlu diingat bahwa *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) tidak hanya mempengaruhi ketertarikan awal untuk memakai aplikasi, namun juga berpengaruh pada kesetiaan pengguna dalam jangka waktu yang lama. Apabila pengguna terus merasakan manfaat dari aplikasi dalam aktivitas sehari-hari mereka, kemungkinan besar mereka akan terus menggunakan aplikasi ini dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam konteks persaingan di dunia aplikasi keuangan menciptakan persepsi kegunaan yang kuat menjadi strategi yang sangat penting untuk meningkatkan penggunaan dan menjaga pangsa pasar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Suci Ramadhani¹, 2022) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet dana.

2. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jago Syariah (Hipotesis 2)

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah sehingga hipotesis H2 ditolak. Menurut teori TAM (Technology Acceptance Model), penyebab utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan yang dirasakan). Di sisi lain, persepsi risiko sering kali dianggap sebagai faktor luar yang pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan manfaat dan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna. Dalam penelitian ini, pengguna kemungkinan besar lebih memperhatikan keuntungan yang diberikan oleh aplikasi, seperti kemudahan transaksi syariah atau fitur yang sesuai dengan kebutuhan finansial mereka, sehingga persepsi risiko menjadi tidak berpengaruh.

Persepsi risiko dalam penelitian ini berkaitan dengan kekhawatiran yang dimiliki pengguna mengenai potensi kerugian, seperti risiko keamanan data atau ketidakpastian performa aplikasi. Contohnya seperti kasusnya BSI yang mengalami serangan siber atau hack yang menyebabkan gangguan layanan. Peretasan tersebut menimbulkan kekhawatiran besar di antara nasabah tentang keamanan dana mereka dan keandalan sistem perbankan digital BSI. Banyak nasabah yang melaporkan masalah dalam mengakses akun mereka dan khawatir tentang potensi kehilangan data pribadi.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ini tidak menjadi faktor utama dalam mempengaruhi pilihan pengguna. Hal ini bisa dijelaskan oleh berbagai alasan. Pertama, pengguna kurang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi, yang didorong oleh reputasi (persepsi), keterbukaan layanan, serta jaminan keamanan dari pengembang dan regulasi yang mengawasinya. Kedua, faktor lain seperti bagaimana orang melihat kegunaan atau fitur aplikasi yang berperan lebih besar dalam menarik perhatian pengguna, seperti yang dijelaskan dalam teori Technology Acceptance Model (TAM). Ketiga, ciri-ciri generasi muda seperti Gen Z biasanya memiliki toleransi terhadap risiko yang lebih tinggi terhadap teknologi digital dan lebih menekankan pada manfaat nyata yang ditawarkan oleh aplikasi. Selain itu, strategi komunikasi yang fokus pada keamanan dan keandalan aplikasi juga bisa membantu mengurangi pandangan tentang risiko. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Sari, 2021) yang

menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan financial technology sistem pembayaran

3. Pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan Aplikasi Jago Syariah (Hipotesis 3)

Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah sehingga hipotesis H3 diterima, yang berarti semakin baik variasi fitur layanan yang ditawarkan ini menunjukkan bahwa semakin baik variasi fitur layanan maka semakin besar juga minat pengguna. Fitur layanan yang menarik, seperti fitur kantong contohnya pengguna bisa membuat beberapa kantong sesuai dengan tujuannya seperti buat tabungan, dana darurat, dan pengeluaran harian, fitur jago amal, dan investasi syariah kemudahan transaksi, akses yang mudah, inovasi yang sesuai dengan prinsip syariah, dan fitur layanan tambahan seperti pengelolaan zakat, jago amal (zakat dan bersedekah) dan investasi halal, membuat pengguna merasa aplikasi jago syariah berguna. dan investasi halal, membuat pengguna merasa aplikasi jago syariah berguna. Hal ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM), yang menjelaskan bahwa jika teknologi memiliki fitur yang relevan dan memberikan manfaat nyata, orang akan lebih mudah menerima dan memakai teknologi tersebut. Oleh karena itu, semakin baik fitur yang disediakan, semakin tinggi minat untuk menggunakan aplikasi jago syariah.

Fitur layanan adalah bagian penting dalam menarik perhatian pengguna karena fitur yang inovatif dan relevan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan efisien bagi pengguna. Dalam konteks Aplikasi Jago Syariah, aspek seperti kemudahan dalam pembayaran sesuai syariah, pengelolaan keuangan yang terbuka, atau layanan tambahan seperti pengelolaan zakat, wakaf, sedekah dan investasi halal menjadi daya tarik utama. Pengguna cenderung memilih aplikasi yang tidak hanya memudahkan urusan keuangan tetapi juga sejalan dengan prinsip syariah yang mereka patuhi.

Generasi muda khususnya Gen Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap aplikasi digital. Mereka menyukai aplikasi yang simpel, memberikan layanan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan mereka, aman saat bertransaksi, dan selalu menghadirkan inovasi, seperti penggunaan teknologi AI untuk membantu pengguna. Fitur-fitur yang canggih dan relevan ini membantu menciptakan kesan bahwa aplikasi tersebut dapat diandalkan. Dengan demikian, pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri saat menggunakan aplikasi itu.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan fitur layanan dapat meningkatkan daya saing aplikasi di pasar keuangan digital. Dalam industri yang sangat bersaing, pembaruan fitur secara rutin dan responsif terhadap kebutuhan pengguna menjadi strategi penting untuk mempertahankan loyalitas serta menarik pengguna baru. Oleh karena itu, pengembang Aplikasi Jago Syariah perlu fokus pada pengembangan fitur yang relevan, mudah digunakan, dan memberikan manfaat langsung kepada pengguna, sambil terus menjaga kepercayaan melalui jaminan keamanan dan kualitas layanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurvitasari & Dwijayanti, 2022) yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi grab. Artinya bahwa fitur layanan itu berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi teknologi finansial.

4. Pengaruh Perceived Usefulness, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jago Syariah (simultan)

Hasil penelitian ini menunjukkan perceived usefulness, persepsi risiko dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi

Jago Syariah. Artinya, ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi ini memberikan manfaat yang signifikan, memiliki risiko yang rendah, dan menawarkan fitur yang menarik serta sesuai maka ketertarikan untuk memanfaatkannya akan bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut saling mendukung untuk menghasilkan pengalaman pengguna yang baik. Perceived usefulness yang menggambarkan keuntungan yang dialami oleh pengguna sangat penting dalam menarik perhatian pengguna. Apabila pengguna merasa aplikasi ini membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan finansial sesuai dengan prinsip syariah, ketertarikan mereka untuk menggunakannya akan meningkat. Selain itu, persepsi risiko juga mempunyai peran penting, sebab pengguna cenderung menghindari aplikasi yang dianggap berisiko, baik dalam hal keamanan data maupun kestabilan aplikasi. Oleh karena itu, aplikasi yang dapat mengurangi kekhawatiran terkait risiko ini akan lebih menarik. Fitur layanan yang inovatif dan mudah digunakan juga mempengaruhi keputusan pengguna. Fitur yang mudah dijangkau, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna seperti fitur kantong, layanan pengelolaan zakat, investasi halal, atau kemudahan transaksi, menambah kenyamanan dan kepuasan pengguna. Ketika ketiga faktor ini digabungkan dengan baik, mereka saling mendukung, menciptakan pengalaman pengguna yang positif, dan akhirnya meningkatkan minat serta kesetiaan pengguna terhadap aplikasi Jago Syariah. Dengan demikian, pengembang aplikasi jago syariah harus fokus pada pengembangan ketiga faktor ini agar aplikasi dapat bersaing dengan aplikasi serupa di pasar, terutama dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi generasi muda yang semakin melek teknologi (Salam, 2016).

Kemanfaatan aplikasi, keamanan, dan pembaruan fitur layanan menjadi penggerak utama minat pengguna. Dengan memperbaiki pandangan tentang manfaat, mengelola risiko dengan baik, dan terus menyediakan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, aplikasi Jago Syariah memiliki peluang besar untuk meningkatkan jumlah penggunaannya di masa depan.

KESIMPULAN

Perceived usefulness berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah, fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah dan perceived usefulness, persepsi risiko, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi jago syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>
- NuntupaFadila, N., & Rahman, M. A. (2023). Moh. Abd. Rahman Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo. *Jurnal Ilmu Syariah*, 4, 82.
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1472-1481>

- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Ramadhani, S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Kembali E-Wallet Dana. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 229–238. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.333>
- Salam, A. (2016). Bunga Bank Dalam Perspektif Islam (Studi Pendapat Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 3(1), 77. [https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3\(1\).77-108](https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3(1).77-108)
- Sugiyono. (2019). Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia. | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu, 23.
- Sujono, R. I., Wiyandi, W., Wibowo, F. W., Yunadi, A., Kamal, A. H., Wibowo, A., & Salam, A. (2023). Purchase Decision on Halal Products among Female Muslim: Evidence from Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 309–321. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v8i3.555>
- Syafiq, R. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah. 01, 1–23.
- Wardani, G. O. P., & Sari, R. C. (2021). Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran. *Jurnal Profita*, 9(3), 1–17.
- Wibowo, A., Wahyu Wibowo, F., Istiqomah Sujono, R., Wibisono, D., & Khasanah, U. (2023). the Effect of Relationship Quality on Continuity in the Use of Sharia M Banking: the Role of Access Convenience, Service Quality and Structure Assurance. *Journal of Economic Studies*, 7, 1–22. <http://http://dx.doi.org/10.30983/es.v7i2.7265>
- Wicaksono, S. R. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Wijaya, D. P., Heksaputra, D., Wicaksana, R. S., & Gautama, D. H. (2019). Pengembangan Aplikasi Adiba Msme Sebagai Penghubung Lembaga Keuangan Syariah Dengan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 2(2), 58. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v2i2.1122>
- Yunadi, A. (2016). ANALISIS PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP PERMINTAAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH (Studi Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Giwangan Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 1(2), 1. [https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1\(2\).1-14](https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1(2).1-14)