
Analisis Risiko, Kepercayaan, dan Religiositas Islam terhadap Niat Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam Menggunakan Pembayaran Digital

Eka Setiawan

Faculty of Economics and Business, universitas Muhammadiyah Purwokerto

Article Info

Article history:

Received March 10, 2024

Revised March 20, 2024

Accepted April 1, 2024

Keywords:

Pembayaran Digital;
Religiositas Islam; Resiko
Keamanan; Resiko Operasional

ABSTRACT

Pandemic mendorong percepatan transformasi digital, termasuk adopsi sistem pembayaran non-tunai. Namun, persepsi risiko dan kepercayaan menjadi faktor kunci yang memengaruhi niat pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa. Religiositas Islam berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap risiko dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei, melibatkan 70 responden mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko keamanan dan risiko operasional memiliki hubungan positif tetapi lemah terhadap niat penggunaan pembayaran digital, sedangkan religiositas Islam memiliki hubungan positif yang signifikan. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan literasi digital berbasis nilai-nilai Islam, khususnya untuk meningkatkan adopsi sistem pembayaran non-tunai di kalangan mahasiswa. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembang teknologi pembayaran digital dan pemangku kebijakan dalam mendukung adopsi pembayaran digital di era transformasi digital.



© 2022 by the authors; licensee UMP. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Corresponding Author:

Name Eka Setiawan,
Faculty of Economics and Business,
Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Email: wawantenggeles@gmail.com

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terutama di era yang serba digital. Perubahan tersebut mencakup semua aspek kehidupan, salah satunya dalam cara transaksi keuangan. Pembayaran digital menjadi salah satu inovasi yang semakin populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa untuk menggunakan pembayaran digital menjadi sangat penting.

Penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto terdapat hubungan terdapat hubungan yang kompleks antara risiko, kepercayaan dan religiositas islam yang mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan pembayaran digital. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci yang dapat memediasi pengaruh antara persepsi risiko dan niat penggunaan teknologi pembayaran digital. Misalnya, penelitian oleh Priyono menunjukkan bahwa baik risiko maupun kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi dompet elektronik, yang menunjukkan bahwa kepercayaan dapat mengurangi persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna (Priyono, 2017). Selain itu, penelitian oleh Heniwati menekankan pentingnya pengungkapan risiko dalam membangun kepercayaan di kalangan pemangku kepentingan, yang relevan dalam konteks pembayaran digital (Heniwati, 2022).

Religiositas memainkan peran penting dalam membentuk niat pengguna. Penelitian oleh Hasyim menunjukkan bahwa religiositas dapat mempengaruhi keputusan individu dalam konteks penggunaan aplikasi keuangan syariah, yang dapat diterapkan pada mahasiswa yang memiliki nilai-nilai Islam yang kuat (Hasyim, 2023). Religiositas berfungsi sebagai pendorong untuk menggunakan pembayaran digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut studi yang dilakukan oleh Zusrony menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan dalam penggunaan pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna, dimana kepercayaan juga berperan sebagai mediator (Zusrony et al., 2023).

Meningkatkan niat mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam menggunakan pembayaran digital dapat dilakukan dengan pendekatan yang mempertimbangkan interaksi antara risiko, kepercayaan dan religiositas. Kepercayaan yang terbangun melalui pengelolaan risiko yang baik dan mengaitkan penggunaan teknologi dengan nilai-nilai religius yang mereka anut, diharapkan dapat membuat mahasiswa lebih terbuka untuk mengadopsi pembayaran digital dalam kegiatan KKN mereka.

Literature Review

Transformasi Digital dan Adopsi Teknologi Pembayaran Digital

Transformasi digital dan adopsi teknologi pembayaran digital merupakan dua aspek yang saling terkait. Transformasi digital mengacu pada integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek operasional bisnis. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga menciptakan nilai baru bagi perusahaan (Pangandaheng et al., 2022; Widnyani et al., 2021). Teknologi pembayaran digital menjadi salah satu pilar penting yang mendukung transformasi tersebut, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan signifikan dalam perekonomian Indonesia (Chairunnissa et al., 2020; Najib & Fahma, 2020).

Pandemi COVID-19 telah mempercepat proses transformasi digital di berbagai sektor, termasuk dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Banyak UMKM yang sebelumnya mengandalkan metode pembayaran tradisional terpaksa beradaptasi dengan teknologi digital untuk bertahan di tengah pembatasan sosial (Priyono & Moin, 2020; Widnyani et al., 2021). Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengadopsi teknologi digital, termasuk sistem pembayaran digital, cenderung lebih mampu bertahan dan bahkan berkembang selama krisis (Ilyas, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya sekadar pilihan, tetapi menjadi kebutuhan mendesak bagi kelangsungan bisnis di era yang semakin digital ini.

Adopsi teknologi pembayaran digital juga dipengaruhi oleh literasi digital dan pemahaman terhadap teknologi tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa literasi digital yang baik dapat meningkatkan daya saing UMKM dan memfasilitasi adopsi teknologi baru (Firmansyah et al., 2022). Selain itu, faktor-faktor seperti akses terhadap teknologi, pengetahuan tentang penggunaan aplikasi

pembayaran, dan dukungan infrastruktur juga berperan penting dalam keberhasilan adopsi teknologi pembayaran digital (Acopiado et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk menyediakan pelatihan dan sumber daya yang diperlukan agar UMKM dapat bertransisi dengan lebih efektif ke dalam ekosistem pembayaran digital.

Dalam konteks yang lebih luas, transformasi digital dan adopsi teknologi pembayaran digital juga berkontribusi pada penciptaan masyarakat tanpa uang tunai (cashless society). Dengan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke metode pembayaran digital, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan mereka (Chairunnissa et al., 2020). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital lainnya dapat meningkatkan visibilitas produk dan layanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan (Najib & Fahma, 2020).

Secara keseluruhan, transformasi digital dan adopsi teknologi pembayaran digital saling mendukung dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat beradaptasi dan berkembang dalam era digital ini, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas.

Persepsi Risiko dalam Pembayaran Digital

Persepsi risiko dalam pembayaran digital merupakan aspek penting yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan aplikasi pembayaran digital di kalangan konsumen. Dalam konteks ini, persepsi risiko mencakup berbagai faktor, termasuk keamanan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan. Penelitian oleh Baliawan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti self-efficacy, perceived ease of use, perceived benefits, dan perceived risk secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital di Yogyakarta (Baliawan, 2024). Hal ini sejalan dengan temuan lain yang menunjukkan bahwa keamanan informasi, seperti nomor kartu kredit dan data pribadi, menjadi salah satu kekhawatiran utama konsumen saat bertransaksi secara online (Ariffin et al., 2018).

Keamanan adalah salah satu elemen kunci dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital. Lai menekankan bahwa desain dan keamanan dari platform pembayaran berintegrasi sangat mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi sistem pembayaran tersebut (Lai, 2016). Selain itu, Zaman mencatat bahwa peningkatan penggunaan e-wallet selama pandemi COVID-19 di Malaysia didorong oleh insentif menarik dan kebutuhan untuk menghindari kontak fisik, yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dapat dipengaruhi oleh konteks sosial dan situasional (Zaman, 2024). Penelitian oleh Wiranatakusuma juga menyoroti perilaku berpindah dari pembayaran tunai ke digital, yang dipengaruhi oleh persepsi risiko dan manfaat yang dirasakan (Wiranatakusuma, 2024).

Di Indonesia, penelitian oleh Galang mengindikasikan bahwa penerimaan e-wallet sebagai metode pembayaran non-tunai di kalangan mahasiswa dapat mempercepat pertumbuhan ekosistem pembayaran digital (Galang, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap e-wallet dapat mengurangi kekhawatiran akan risiko, sehingga mendorong adopsi yang lebih luas. Namun, Purwantini dan Anisa menekankan bahwa meskipun pembayaran FinTech menawarkan banyak kemudahan, terdapat kekhawatiran yang meningkat terkait risiko, seperti serangan siber, yang dapat menghambat adopsi (Purwantini & Anisa, 2021). Ini menunjukkan bahwa meskipun ada manfaat yang jelas, persepsi risiko tetap menjadi penghalang yang signifikan.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian oleh Wiwoho mengungkapkan bahwa karakteristik transaksi digital yang tidak tatap muka dan real-time menciptakan risiko potensial untuk kejahatan keuangan, yang dapat memperburuk persepsi risiko di kalangan konsumen (Wiwoho, 2021). Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk mengatasi kekhawatiran ini dengan meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi. Dengan demikian, untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital, perlu ada upaya yang lebih besar dalam membangun

kepercayaan konsumen melalui pendidikan tentang keamanan dan manfaat dari sistem pembayaran digital. Berdasarkan hal tersebut sehingga dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H1: Semakin tinggi persepsi keamanan informasi dalam aplikasi pembayaran digital, semakin besar niat konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.

H2: Persepsi risiko secara positif mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Kepercayaan pada Teknologi Pembayaran Digital

Persepsi risiko dalam pembayaran digital merupakan aspek penting yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan aplikasi pembayaran digital di kalangan konsumen. Dalam konteks ini, persepsi risiko mencakup berbagai faktor, termasuk keamanan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan. Penelitian oleh Baliawan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti self-efficacy, perceived ease of use, perceived benefits, dan perceived risk secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital di Yogyakarta (Baliawan et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan lain yang menunjukkan bahwa keamanan informasi, seperti nomor kartu kredit dan data pribadi, menjadi salah satu kekhawatiran utama konsumen saat bertransaksi secara online (Ariffin et al., 2018).

Keamanan adalah salah satu elemen kunci dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital. Lai menekankan bahwa desain dan keamanan dari platform pembayaran berintegrasi sangat mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi sistem pembayaran tersebut (Lai, 2016). Selain itu, Zaman mencatat bahwa peningkatan penggunaan e-wallet selama pandemi COVID-19 di Malaysia didorong oleh insentif menarik dan kebutuhan untuk menghindari kontak fisik, yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dapat dipengaruhi oleh konteks sosial dan situasional (Zaman et al., 2024). Penelitian oleh Wiranatakusuma juga menyoroti perilaku berpindah dari pembayaran tunai ke digital, yang dipengaruhi oleh persepsi risiko dan manfaat yang dirasakan (Wiranatakusuma & Latief, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap e-wallet dapat mengurangi kekhawatiran akan risiko, sehingga mendorong adopsi yang lebih luas. Namun, Purwantini dan Anisa menekankan bahwa meskipun pembayaran FinTech menawarkan banyak kemudahan, terdapat kekhawatiran yang meningkat terkait risiko, seperti serangan siber, yang dapat menghambat adopsi (Purwantini & Anisa, 2021). Ini menunjukkan bahwa meskipun ada manfaat yang jelas, persepsi risiko tetap menjadi penghalang yang signifikan.

Penting bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk mengatasi kekhawatiran ini dengan meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi. Dengan demikian, untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital, perlu ada upaya yang lebih besar dalam membangun kepercayaan konsumen melalui pendidikan tentang keamanan dan manfaat dari sistem pembayaran digital.

Religiositas Islam sebagai Variabel Moderasi

Religiositas Islam sebagai variabel moderasi memiliki peran yang signifikan dalam berbagai konteks, termasuk perilaku konsumen, etika kerja, dan loyalitas pelanggan terhadap lembaga keuangan syariah. Penelitian oleh Anjaswati dan Berakon menunjukkan bahwa religiositas berfungsi sebagai variabel moderasi dalam konteks kepuasan berzakat melalui fintech, di mana konsumen Muslim mempertimbangkan doktrin agama mereka saat bertransaksi (Anjaswati et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa religiositas tidak hanya mempengaruhi keputusan individu tetapi juga dapat memperkuat hubungan antara variabel lain dalam konteks ekonomi.

Sulaiman et al. meneliti dampak atribut hotel syariah terhadap niat kunjungan kembali wisatawan Muslim, dengan religiositas sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas memperkuat hubungan antara atribut hotel syariah dan niat kunjungan kembali,

menegaskan pentingnya religiositas dalam keputusan konsumen (Sulaiman et al., 2021). Penelitian ini sejalan dengan temuan oleh Sunaryo et al., yang menekankan bahwa religiositas berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan terhadap bank syariah, di mana norma-norma etika yang dipengaruhi oleh religiositas mendorong perilaku konsumen yang lebih positif (Wahyoedi & Sudiro, 2020).

Triana et al. menunjukkan bahwa etika kerja Islam berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara locus of control dan kinerja karyawan di Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa religiositas, yang tercermin dalam etika kerja, dapat memoderasi pengaruh faktor-faktor psikologis terhadap kinerja (Pada & Bank, 2021). Dengan demikian, religiositas tidak hanya berfungsi sebagai panduan moral tetapi juga sebagai faktor yang mempengaruhi dinamika di tempat kerja.

Penelitian oleh Malik dan Busrah menyoroti hubungan antara pemerintah dan akademisi dalam isu moderasi beragama di Indonesia, di mana religiositas menjadi elemen kunci dalam membangun dialog dan pemahaman yang lebih baik di antara berbagai kelompok masyarakat (Malik & Busrah, 2021). Ini menunjukkan bahwa religiositas dapat berfungsi sebagai jembatan dalam mempromosikan moderasi dan toleransi di masyarakat yang beragam.

Secara keseluruhan, religiositas sebagai variabel moderasi memiliki implikasi luas dalam berbagai bidang, dari perilaku konsumen hingga dinamika sosial dan etika kerja. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas tidak hanya mempengaruhi keputusan individu tetapi juga dapat memperkuat hubungan antara berbagai variabel, sehingga memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana nilai-nilai agama membentuk perilaku dan interaksi sosial dalam konteks modern. Berdasarkan hal tersebut sehingga dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H3: Religiositas Islam secara positif memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan niat penggunaan aplikasi pembayaran digital berbasis syariah.

2. METHOD

Metode

Penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM sebagai alat analisis data karena data tidak terdistribusi normal. Data penelitian yang menggunakan uji normalitas dengan teknik Kolmogorov-Smirnova dan Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal. Dalam literatur pemasaran dan manajemen strategis, data yang tidak terdistribusi normal menjadi alasan utama penggunaan PLS-SEM (Hair et al., 2014). Dalam PLS-SEM, terdapat lima tahap utama analisis data, meliputi 1) membuka atau membuat berkas kerja, 2) membaca data mentah, 3) pra-pemrosesan data, 4) mendefinisikan variabel dan hubungannya dalam model SEM, dan 5) melakukan analisis SEM dan melihat hasilnya (Kock, 2010).

Data

Peneliti menggunakan konteks teknologi keuangan (Fintech) dalam pembayaran digital Indonesia (OVO, Gopay, dan Dana). Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive yaitu metode unrestricted non probabilistic sampling (Cooper & Schindler, 2014; Trochim & Donnelly, 2008) dengan mengambil sampel dalam jumlah yang banyak karena memiliki kriteria yang kurang dari yang ditetapkan. Kriteria pemilihan sampel disesuaikan dengan fokus penelitian, yaitu mahasiswa yang beragama Islam, pengguna utama pembayaran digital OVO, Gopay, atau Dana, berusia 17 tahun ke atas, dan telah menggunakan pembayaran digital setidaknya satu kali dalam satu bulan terakhir. Penelitian ini melibatkan 70 mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk menguji model penelitian, meskipun studi sebelumnya

menyebutkan bahwa ukuran sampel median dalam berbagai penelitian biasanya sekitar 200 kasus (Shah & Goldstein, 2006) atau minimal 30 hingga 460 kasus untuk analisis faktor (Kline, 2016).

3. RESULTS AND DISCUSSION

Model Pengukuran Luar (Outer Model)

Peneliti menguji model pengukuran menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat kualitasnya. Validitas konvergen dan validitas diskriminan digunakan untuk meningkatkan validitas. Model pengukuran diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas pengukuran konstruk. Uji validitas melibatkan validitas konvergen dan diskriminan untuk memastikan bahwa indikator-indikator dalam setiap konstruk terintegrasi dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Validitas Konvergen dapat dilihat dari Average Variance Extracted (AVE), semua konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai AVE lebih besar dari 0,5. Nilai AVE untuk Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital (0,726), Religiusitas Islam (0,655), Risiko Keamanan (0,694), dan Risiko Operasional (0,723) menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang baik. Nilai Composite Reliability yang semuanya lebih besar dari 0,7, konstruk dinyatakan reliabel. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha untuk semua konstruk juga lebih besar dari 0,7, memperkuat kesimpulan bahwa indikator dalam setiap konstruk memiliki konsistensi yang tinggi. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut membuktikan bahwa data yang tersedia valid dan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.

Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	0,871	0,886	0,913	0,726
Religiusitas Islam	0,867	0,891	0,904	0,655
Risiko Keamanan	0,912	0,914	0,931	0,694
Risiko Operasional	0,808	0,808	0,887	0,723

(Source: Processed primary data, 2024)

Model Struktur (Inner Model)

Model struktural menggambarkan hubungan antara variabel independen (Religiusitas Islam, Risiko Keamanan, dan Risiko Operasional) dengan variabel dependen (Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital). Berdasarkan nilai f-square, variabel Religiusitas Islam memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital dengan nilai 0,418 dibandingkan Risiko Keamanan (0,075) dan Risiko Operasional (0,144). Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas Islam memberikan pengaruh yang lebih kuat dalam memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital dibandingkan risiko lainnya.

Tabel 2. F Square

Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	
Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	
Religiusitas Islam	0,418
Risiko Keamanan	0,075

Title must be oncise and indicate the core of the research Analisis Risiko, Kepercayaan, dan Religiusitas Islam terhadap Niat Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam Menggunakan Pembayaran Digital (Eka Setiawan)

Resiko Operasional	0,144
--------------------	-------

(Source: Processed primary data, 2024)

Discussion

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki hubungan signifikan dengan variabel dependen. Pertama, variabel Religiusitas Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,474, T-Statistik 4,699 ($>1,96$), dan P-Value 0,000 ($<0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kecenderungan individu tersebut untuk menggunakan pembayaran digital.

Kedua, variabel Risiko Keamanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital. Nilai koefisien jalur tercatat sebesar 0,214, dengan T-Statistik 2,073 ($>1,96$) dan P-Value 0,039 ($<0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa ketika aspek keamanan dapat dipastikan, maka kepercayaan dan perilaku penggunaan pembayaran digital akan semakin meningkat.

Selanjutnya, variabel Risiko Operasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital. Nilai koefisien jalur sebesar 0,290, dengan T-Statistik 2,572 ($>1,96$) dan P-Value 0,010 ($<0,05$). Artinya, ketika risiko operasional dapat diminimalkan, pengguna akan lebih cenderung mengadopsi sistem pembayaran digital.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa Religiusitas Islam merupakan faktor dominan yang memengaruhi Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital, diikuti oleh Risiko Operasional dan Risiko Keamanan. Dengan demikian, seluruh variabel independen terbukti signifikan, sehingga faktor-faktor ini perlu dipertimbangkan dalam strategi pengembangan maupun promosi sistem pembayaran digital.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Religiositas Islam -> Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	0,474	0,480	0,101	4,699	0,000
Resiko Keamanan -> Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	0,214	0,216	0,103	2,073	0,039
Resiko Operasional -> Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital	0,290	0,283	0,113	2,572	0,010

(Source: Processed primary data, 2024)

4. CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas Islam merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital dengan koefisien jalur sebesar 0,474, diikuti oleh risiko operasional (0,290) dan risiko keamanan (0,214). Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi nilai religiusitas, semakin terbuka individu terhadap sistem pembayaran digital, khususnya yang sesuai dengan prinsip syariah, sementara jaminan keamanan data, transaksi, dan minimnya gangguan teknis turut meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, pengembang sistem pembayaran digital disarankan mengintegrasikan layanan berbasis syariah dan memperkuat keamanan melalui teknologi terkini, sedangkan pemerintah perlu meningkatkan literasi digital dan menetapkan regulasi yang jelas terkait standar keamanan maupun operasional. Untuk penelitian selanjutnya, variabel lain seperti *ease of use* dan *perceived usefulness* dapat ditambahkan, serta cakupan sampel diperluas agar hasil lebih komprehensif dan general.

5. REFERENCES

- Acopiado, I. M., Sarmiento, J. M., Romo, G. D., Acuna, T., Traje, A. M., & Wahing, G. (2022). Digital Payment Adoption during the COVID-19 Pandemic in the Philippines. *Philippine Journal of Science*, 151, 1185–1196. <https://doi.org/10.56899/151.03.31>
- Anjaswati, N., Berakon, I., & Berskala, P. S. (2022). UTAUT DAN KEPUASAN BERZAKAT MELALUI FINTECH: PERAN RELIGIOSITAS SEBAGAI. 3(2), 199–222.
- Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y.-N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12. <https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2017-0100>
- Baliawan, P. R. D., Putranti, L., & Herdiany, H. D. (2024). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SELF-EFFICACY, PERCEIVED EASE TO USE, PERCEIVED BENEFITS, AND PERCEIVED RISK ON INTENTION TO USE DIGITAL PAYMENT APPLICATIONS IN YOGYAKARTA. 07(01), 64–82.
- Chairunnissa, S., Alfina, A., & Yasmin, A. (2020). Observing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Readiness to Support Cashless Society. *The Winners*, 21. <https://doi.org/10.21512/tw.v21i2.6722>
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1, 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 26, 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hasyim, F. (2023). Pendekatan TAM Dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 87–100. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.858>
- Heniwati, E. (2022). Pengungkapan Risiko Bank Pasca Konvergensi IFRS. *INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI*, 6, 1. <https://doi.org/10.25273/inventory.v6i1.10955>
- Ilyas, R. (2024). *The Potential Application of Digitalization and Economic Growth of Micro , Small , and Medium Enterprises*. <https://doi.org/10.4108/eai.21-10-2023.2343526>
- Kline, RB (2016). Prinsip dan Praktik Pemodelan Persamaan Struktural (Edisi Keempat). The Guilford Press, New York, AS
- Kock, N. (2010). Using WarpPLS in E-collaboration Studies: An Overview of Five Main Analysis Steps. *IJeC*, 6, 1–11. <https://doi.org/10.4018/jec.2010100101>
- Lai, P. C. (2016). Design and Security impact on consumers' intention to use single platform E-payment. *Interdisciplinary Information Sciences*, 22, 111–122. <https://doi.org/10.4036/iis.2016.R.05>
- Malik, A., & Busrah. (2021). RELASI PEMERINTAH DAN AKADEMISI DALAM ISU MODERASI BERAGAMA DI INDONESIA. 23(d), 120–135.

- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight from the Indonesian Small and Medium Enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10, 1702. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Pada, S., & Bank, K. (2021). ANALISIS PENGARUH LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DAN ETIKA KERJA ISLAM SEBAGAI VARIABEL MODERASI. 10(2).
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). TRANSFORMASI DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR PADA SEKTOR BISNIS DAN PEMERINTAH. 10(2), 1106–1115.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21, 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Priyono, A., & Moin, A. (2020). *Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic*.
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2021). FINTECH PAYMENT ADOPTION AMONG MICRO-ENTERPRISES: THE ROLE OF PERCEIVED RISK AND TRUST. 12(2), 375–386.
- Shah, R., & Goldstein, S. M. (2006). Use of structural equation modeling in operations management research: Looking back and forward ☆. *Journal of Operations Management*, 24, 148–169. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:55449221>
- Sulaiman, Z. A., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Rosly, O. (2021). The impacts of Shariah-compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit intention: religiosity as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:236315197>
- Wahyoedi, S., & Sudiro, A. (2020). *The Effect of Religiosity on the Improvement of Customer Loyalty Towards Islamic Banks*. VIII(4), 132–151.
- Widnyani, N., Astitiani, N., & Putri, B. (2021). PENERAPAN TRANSFORMASI DIGITAL PADA UKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6, 79–87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>
- Wiranatakusuma, D. B., & Latief, N. (2024). *Analysis of Switching Behavior for Using Digital Payment Financial Technology in Tumenggungan Market Kebumen , Central Java*. 8(1). <https://doi.org/10.18196/jerss.v8i1.20228>
- Zaman, N., Azmi, M., & Noranida, W. M. N. (2024). Perception on E-Wallet Application among Night Market Consumer in Lembah Klang. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 34, 14–22. <https://doi.org/10.37934/arbms.34.1.1422>
- Zusrony, E., Anzie, L. P., Asti, P., Manalu, G., Permana, I., & Imaliya, T. (2023). EDW Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk

Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:259679470>