

Determinan Niat Adopsi Aplikasi Bagi Hasil Tabungan *Mudharabah*: Studi terhadap Pengelola Koperasi Syariah

Muhammad Muflih¹, Radia Purbayati², Hasbi Assidiki³, dan Destian Arshad⁴

¹Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : m.muflih@polban.ac.id

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : radiapurbayati@yahoo.com

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : hasbi.assidiki@polban.ac.id

⁴Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : destian_arshad@yahoo.com

ABSTRAK

Penggunaan teknologi aplikasi bagi hasil dalam pengelolaan tabungan syariah sangat penting untuk peningkatan kualitas kerja dan loyalitas nasabah. Studi ini bertujuan untuk memprediksi niat adopsi pengelola tabungan bagi hasil koperasi syariah melalui peran persepsi manfaat dan persepsi kegunaan. Melalui dukungan 30 responden, studi ini menganalisis data survey dengan SEM-PLS. Hasil prediksi memperlihatkan bahwa persepsi manfaat sangat signifikan membangkitkan niat adopsi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah*. Selain itu, persepsi kegunaan juga mampu mempengaruhi niat adopsi melalui peran persepsi manfaat. Studi ini menghasilkan implikasi teori dan manajerial yang sangat bermanfaat bagi pelaku akademik dan industri.

Kata Kunci

Persepsi manfaat, persepsi kegunaan, niat adopsi, aplikasi tabungan bagi hasil, koperasi syariah

1. PENDAHULUAN

Lembaga koperasi syariah sangat prospektif dalam penghimpunan dana publik sehingga suportif terhadap pengembangan investasi di pelosok-pelosok negara muslim [1]. Walau prospektif, penghimpunan dana di koperasi syariah belum kompetitif terhadap lembaga keuangan lain karena kurang dukungan teknologi finansial yang canggih. Kekurangan ini mengakibatkan ketidakpuasan publik terhadap koperasi syariah dan jika diabaikan maka kinerja lembaga bisnis ini tergerus oleh jenis lembaga keuangan yang lain. Untuk itulah, integrasi teknologi aplikasi ke dalam pengelolaan tabungan sangat penting terutama dalam manajemen bagi hasil tabungan koperasi syariah. Riset ini hadir untuk menjawab tuntutan tersebut.

Para peneliti terdahulu telah memprediksi niat adopsi pelaku bisnis terhadap teknologi aplikasi [2][3]. Namun demikian, sampai sekarang belum terdapat satupun riset yang memperhatikan niat adopsi teknologi aplikasi

pada kegiatan bagi hasil tabungan *mudharabah*. Dalam prediksi terhadap niat adopsi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* koperasi syariah, studi ini menggunakan TAM (*technology acceptance model*) karena teori ini sangat ampuh mengubah minat publik terhadap teknologi [4]. Oleh karena itulah, studi ini menggunakan TAM sebagai prediktor niat adopsi dan sebagai solusi dalam kemajuan tabungan bagi hasil *mudharabah* koperasi syariah.

Berangkat dari gap riset di atas, studi ini dibangun untuk memprediksi niat adopsi bagi hasil tabungan *mudharabah* koperasi syariah melalui peran TAM yang terdiri dari faktor persepsi manfaat dan persepsi kegunaan. Lebih spesifik lagi, studi ini dilaksanakan untuk mengeksplorasi hubungan; (a) persepsi manfaat dengan niat adopsi, (b) persepsi kegunaan dengan niat adopsi, dan (c) persepsi kemudahan dengan niat adopsi melalui peran persepsi manfaat.

Studi ini dilakukan di Kota Bandung Indonesia dengan beberapa alasan. Pertama,

Kota Bandung merepresentasikan dunia muslim Indonesia dari sisi pendidikan agama dan keragaman kelompok muslim. Kedua, pertumbuhan koperasi syariah di Kota Bandung sangat baik sehingga memudahkan survey di kota ini. Ketiga, koperasi syariah Kota Bandung belum sepenuhnya didukung teknologi aplikasi bagi hasil pada tabungan *mudharah* sehingga kesulitan bersaing seperti pada umumnya koperasi syariah di Indonesia. Dengan terlaksananya riset ini, maka solusi yang diharapkan di atas dapat terjawab dengan baik.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsepsi Teoretis

TAM (*technology acceptance model*) merupakan salah satu teori terbaik dalam prediksi niat adopsi teknologi khususnya dalam teknologi informasi [3], [5]. Teori ini mendeskripsikan bahwa niat adopsi publik terhadap teknologi dikendalikan oleh persepsi kegunaan dan persepsi manfaat [2]. Kedua faktor tersebut memiliki kelengkapan dimensi yang sangat baik sehingga prediksi terhadap niat adopsi teknologi menggambarkan kondisi persepsional yang sebenarnya. Tidaklah mengherankan bahwa kedua faktor tersebut selalu berhasil menciptakan temuan-temuan bereputasi di bidang teknologi bisnis retail, transportasi, dan keuangan [4]. Berlandaskan kesuksesan tersebut, studi ini memanfaatkan TAM sebagai landasan berpikir niat adopsi teknologi bagi hasil pada tabungan koperasi syariah.

Dalam struktur TAM, peran faktor persepsi manfaat sangat vital [2]. Para pakar mengartikan faktor persepsi manfaat sebagai tolok ukur kapabilitas teknologi menyuguhkan manfaat dan memenuhi hajat pemakai akhir [5]. Definisi tersebut mengartikan bahwa faktor persepsi manfaat menunjang akitifitas dan produktifitas pengguna teknologi. Atas uraian tersebut, riset ini menempatkan persepsi manfaat sebagai prediktor niat adopsi teknologi aplikasi bagi hasil tabungan koperasi syariah.

Literatur terdahulu menempatkan persepsi kemudahan sebagai faktor yang tak kalah vital dalam struktur teori TAM [6]. Faktor persepsi kemudahan menjelaskan bahwa teknologi yang digunakan mampu menghilangkan kesulitan dan kendala pengguna [7]. Definisi tersebut mengartikan bahwa dalam menumbuhkan niat adopsi teknologi inovatif

pada kalangan pengguna, kehadiran persepsi kemudahan sangat dibutuhkan. Oleh karena krusialnya faktor ini, maka studi ini memanfaatkan faktor persepsi kemudahan dalam memprediksi niat adopsi.

2.2 Pengembangan Hipotesis

Literatur-literatur terdahulu mengemukakan bahwa persepsi manfaat sangat baik dalam memprediksi niat adopsi teknologi inovatif [8]. Pertalian ini memperlihatkan bahwa teknologi yang memiliki nilai tambah dan manfaat mampu membangkitkan niat publik mengadopsi teknologi baru [9]. Dalam konteks aplikasi bagi hasil tabungan koperasi syariah, persepsi manfaat diyakini mampu menstimulasi niat adopsi pada diri pengelola-pengelola tabungan syariah. Oleh sebab itu, riset ini menghadirkan hipotesa berikut.

H1. Persepsi manfaat mempengaruhi niat adopsi secara positif dan signifikan.

Riset-riset terdahulu yang mengkoneksikan faktor kemudahan dan persepsi manfaat telah banyak diciptakan [7]. Umumnya riset tersebut mengemukakan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi digital mampu mempengaruhi hadirnya persepsi manfaat [9]. Apabila berdasarkan pengalaman dan pengetahuannya publik mempersepsikan teknologi digital itu mudah diakses dan mudah dipahami, maka selanjutnya mereka berkesimpulan bahwa teknologi tersebut bermanfaat karena memiliki nilai tambah dan manfaat yang signifikan. Sehubungan dengan uraian tersebut, dalam konteks tabungan bagi hasil koperasi syariah, riset ini mengasumsikan bahwa persepsi kemudahan pada penggunaan teknologi aplikasi bagi hasil tabungan koperasi syariah dapat mempengaruhi persepsi manfaat. Oleh karena itu, studi ini mengkreasikan hipotesa berikut.

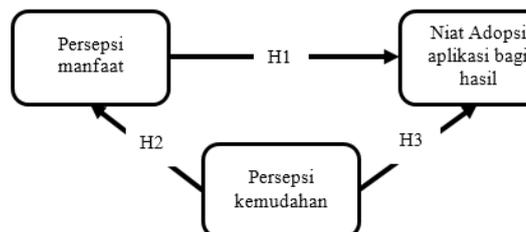
H2. Persepsi kemudahan mempengaruhi persepsi manfaat.

Riset-riset terdahulu membenarkan bahwa persepsi kemudahan memiliki peranan yang sangat baik dalam menciptakan niat adopsi teknologi informasi bisnis [9][6]. Temuan empiris ini mengartikan bahwa teknologi informasi yang memudahkan aksesibilitas, memudahkan penggunaan, dan memudahkan pemahaman dapat menstimulasi keinginan publik memanfaatkan teknologi tersebut. Dengan mengangkat teknologi aplikasi analisis bagi hasil pada tabungan syariah, riset

ini meyakini bahwa fenomena tersebut terjadi pula pada tabungan koperasi syariah. Atas dasar itulah, studi ini mengkreasikan hipotesa berikut.

H3. Persepsi kemudahan mempengaruhi niat adopsi secara positif dan signifikan.

Berdasarkan paparan teoretis di atas, studi ini menciptakan model berikut.



Gambar 1. Model Niat Adopsi Aplikasi Bagi Hasil

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengobservasi konektifitas persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan niat adopsi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* koperasi syariah dengan menggunakan metode kuantitatif. Alasan penggunaan metode ini adalah bahwa kemampuannya dalam menjelaskan sampel riset dan menjawab hipotesa statistik.

Studi ini mensurvey pengelola koperasi syariah di Bandung karena wilayah ini sangat potensial memajukan ekonomi syariah di level nasional. Dalam menghimpun persepsi responden, studi ini menggunakan metode *convenience sampling* karena keleluasaan metode dalam menjangkau sasaran survey. Riset ini menyebarkan 30 angket dan semua angket tersebut terisi dengan baik serta layak dibawa ke ruang analisis.

Studi ini menganalisis validitas, reliabilitas, kelayakan model, dan hipotesa dengan SEM-PLS (*structural equation modelling*) karena kemampuannya mengungkapkan variabel tersembunyi/laten, menganalisa data kecil, dan menjelaskan model formatif-reflektif [10].

Dalam menjelaskan persepsi manfaat, studi ini menggunakan 4 item [11][12][3]. Selanjutnya, dalam menjelaskan persepsi kemudahan, studi ini memanfaatkan 4 item juga [12][3][13]. Terakhir, dalam mendeskripsikan niat adopsi, studi ini menggunakan 2 item. Untuk mendapatkan jawaban responden yang jelas dan terukur, riset ini menggunakan skala Likert yang terdiri

dari sangat setuju (skor 5) dan sangat tidak setuju (skor 1).

4. PEMBAHASAN

Riset ini melibatkan 30 orang yang terdiri dari 60% laki-laki dan 40% wanita. Dari segi usia, riset ini mensurvei 10% responden >50 tahun, 60% responden 30-49 tahun, dan 20% responden 20-29 tahun. Dari segi level edukasi, 20% lulusan SMA, 60% lulusan S1, dan 20% lulusan S2. Seluruh responden yang terlibat tersebut merupakan orang-orang yang aktif dalam dunia perkoperasian Islami di wilayah Bandung.

4.1 Uji Kelayakan Model

Riset ini menganalisis *outer loadings*, *composite reliability* (CR), *average variance extracted* (AVE), *composite*, dan *cronbach alpha* (CA) untuk mengidentifikasi kelayakan model sebagaimana terdapat pada tabel 1. Studi ini mengidentifikasi semua nilai *outer loading* di atas 0.70 yang menandakan bahwa seluruh indikator memiliki nilai validitas yang sangat kuat [10]. Studi ini juga membahas AVE untuk mengungkap validitas instrumen riset, hasil menunjukkan bahwa skor AVE memuaskan karena di atas 0.50. Dari segi reliabilitas, studi ini menemukan baik CA maupun CR keduanya sangat bagus karena masing-masing <0.70 menandakan bahwa instrumen yang studi ini gunakan konsisten mengukur variabel.

Tabel 1. Pengukuran Model

| Indikator | Loading | AVE | CA | CR |
|-----------|---------|-------|-------|-------|
| PM | | 0.909 | 0.909 | 0.823 |
| PM1 | 0.852 | | | |
| PM2 | 0.870 | | | |
| PM3 | 0.914 | | | |
| PM4 | 0.907 | | | |
| PK | | 0.937 | 0.928 | 0.785 |
| PK1 | 0.862 | | | |
| PK2 | 0.914 | | | |
| PK3 | 0.956 | | | |
| PK4 | 0.895 | | | |
| NA | | 0.969 | 0.936 | 0.940 |
| NA1 | 0.969 | | | |
| NA2 | 0.970 | | | |

Ket: PM adalah Persepsi manfaat, PK adalah Persepsi Kemudahan, dan NA adalah Niat Adopsi

Studi ini juga menganalisis validitas diskriminan menggunakan Heterotrait Monotrait (HTMT). Hasil menunjukkan bahwa skor HTMT memuaskan karena tidak ada yang melampaui 0.90.

4.2 Uji Hipotesis

Riset ini menganalisis bootstrapping dengan 5,000 repitisi untuk mengungkap bobot indikator dan skor *path coefficient*. Penggunaan prosedur ini juga dapat mengidentifikasi apakah hipotesis dapat diterima atau tidak diterima. Berdasarkan paparan tabel 2, PM berpengaruh positif signifikan terhadap NA ($t=5.591$), PK berpengaruh positif signifikan terhadap PM ($t=3.875$), dan PK berpengaruh positif tidak signifikan terhadap NA ($t=1.257$). Semua hasil tersebut menunjukkan bahwa H1 dan H2 diterima, sedangkan H3 ditolak.

Tabel 2. Estimasi Path

| Variabel | B | T-stat | Hasil |
|--------------|-------|---------------------|----------|
| H1: PM => NA | 0.706 | 5.591** | Diterima |
| H2: PK => PM | 0.586 | 3.875** | Diterima |
| H3: PK => NA | 0.191 | 1.257 ^{ts} | Ditolak |

Ket: **Signifikan pada $p < 0.05$; ^{ts}Tidak Signifikan

Ditinjau dari alur jalur, hubungan PM dan NA sangat lancar. Begitu juga hubungan PK dan NA mampu berjalan sangat baik apabila PM dilibatkan. Namun sayangnya, jalur langsung PK dan NA tidak sesuai harapan.

5. DISKUSI

Riset ini menunjukkan bahwa PM memiliki kemampuan yang sangat baik dalam meningkatkan performa NA. Hasil analisis ini menguatkan pengetahuan tentang niat adopsi teknologi yang berlaku pada berbagai layanan bisnis [8][9] sekaligus juga memperluas pandangan tersebut karena hubungan tersebut rupanya mampu berjalan dengan baik di dunia aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah*.

Riset ini juga menjelaskan bahwa PK tidak mampu secara langsung mempengaruhi NA yang berarti bahwa pengelola tabungan *mudharabah* tidak serta merta mau mengadopsi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* walaupun terdapat berbagai dimensi kemudahan pada tabungan tersebut. Temuan ini tidak sejalan dengan riset-riset sebelumnya [7], [9], sekaligus mengartikan bahwa perlu alternatif lain untuk mempengaruhi NA.

Riset ini mengemukakan bahwa PK dapat mempengaruhi NA apabila memanfaatkan peran PM. Fenomena ini menandakan bahwa niat adopsi sebuah aplikasi analisis bagi hasil tabungan *mudharabah* dapat terwujud apabila faktor kegunaan mampu menawarkan manfaat

sekaligus. Temuan ini sejalan dengan beberapa riset sebelumnya [6], [9]. Temuan ini juga menunjukkan alur unik terbangunnya NA pada dunia teknologi aplikasi analisis bagi hasil tabungan *mudharabah* di wilayah perkoperasian syariah.

6. IMPLIKASI RISET

Dari segi teoretis, studi ini berimplikasi terhadap perluasan pandangan tentang TAM karena PM dan PK tidak hanya mampu memprediksi NA di dunia teknologi bisnis umum namun juga berlaku pada dunia teknologi tabungan syariah di komunitas koperasi syariah. Selain itu, studi ini juga mampu menjelaskan alur terbentuknya NA aplikasi teknologi analisis bagi hasil tabungan *mudharabah* yakni melalui peran PM secara langsung. Selain itu, PK juga dapat mempengaruhi NA apabila melibatkan unsur-unsur manfaat di dalamnya. Dengan demikian, temuan ini mampu membantu analisis TAM mengungkap jalan terbangunnya NA untuk aplikasi tabungan syariah dan membuka jalan bagi terbangunnya analisis di sektor lain yang terdapat dalam dunia aplikasi perkoperasian syariah.

Dari sisi manajerial, studi ini bermanfaat bagi pengelola koperasi syariah dalam meningkatkan performa tabungan bagi hasil *mudharabah* dengan menggunakan teknologi aplikasi. Teknologi aplikasi akan memudahkan para pengelola koperasi syariah dalam menganalisis alur dan perolehan bagi hasil berdasarkan data bisnis yang berjalan di koperasi syariah sehingga pengguna jasa koperasi syariah menjadi puas dan loyal. Untuk itulah, dalam membangun minat pengelola memanfaatkan teknologi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* dengan baik, studi ini mengimplikasikan pentingnya pemenuhan dimensi manfaat pada aplikasi bagi hasil tersebut. Selain itu, kelompok pengelola tabungan tersebut berminat memanfaatkan aplikasi tersebut jika aspek kegunaan melibatkan unsur manfaat sekaligus karena aspek kegunaan tidak dapat bekerja secara parsial. Dengan menerapkan implikasi praktis ini, adopsi terhadap aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* mampu menghasilkan kinerja tabungan *mudharabah* yang sangat baik.

6. KESIMPULAN

Studi ini berkesimpulan bahwa pengelola

koperasi syariah berminat adopsi aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* apabila terdapat unsur manfaat dan kegunaan yang melibatkan unsur manfaat di dalamnya. Patut diakui bahwa studi ini memiliki berbagai kekurangan, pertama studi ini hanya mensurvei sampel yang sangat kecil dan tidak merepresentasikan pengelola koperasi syariah pada umumnya. Untuk itulah, agar lebih signifikan, sebaiknya studi selanjutnya memperluas cakupan survey di berbagai wilayah koperasi syariah di tingkat kota/kabupaten dan provinsi. Studi ini juga tidak sepenuhnya sukses menjawab hipotesis karena terdapat jenis hubungan yang tidak signifikan khususnya PK dan NA secara langsung. Untuk itulah, studi selanjutnya perlu menggali aspek lain yang mampu memprediksi NA secara baik. Terakhir, studi ini hanya memanfaatkan momentum pelatihan aplikasi bagi hasil tabungan *mudharabah* di sebuah entitas koperasi yang bergerak di komunitas muslim. Studi selanjutnya perlu memperluas sasaran survei sehingga analisis persepsi responden lebih kuat dan akurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterimakasih kepada P3M Polban yang mendanai program PkM melalui kontrak Nomor: B/107.37/PL1.R7/PM.01.01/2022 sehingga kami dapat melakukan survey dan analisis untuk publikasi hasil kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Maulana, D. A. Razak, and A. A. Adeyemi, "Factors influencing behaviour to participate in Islamic microfinance," *Int. J. Islam. Middle East. Financ. Manag.*, vol. 11, no. 1, pp. 109–130, 2018, doi: 10.1108/IMEFM-05-2017-0134.
- [2] U. Akturan and N. Tezcan, "Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions," *Mark. Intell. Plan.*, vol. 30, no. 4, pp. 444–459, 2012, doi: 10.1108/02634501211231928.
- [3] M. H. Koksul, "The intentions of Lebanese consumers to adopt mobile banking," *Int. J. Bank Mark.*, vol. 34, no. 3, pp. 327–346, 2016, doi: 10.1108/IJBM-03-2015-0025.
- [4] S. R. Pérez Chacón, J. L. Rodríguez Vilchez, J. A. Cabrera Berrios, C. A. Raymundo Ibañez, and D. S. Mauricio, "Increasing e-government adoption by emphasizing environmental sustainability: an extended case study in Peru," *Transform. Gov. People, Process Policy*, vol. 15, no. 4, pp. 550–565, 2021, doi: 10.1108/TG-10-2020-0305.
- [5] E. Osei-Assibey, "What drives behavioral intention of mobile money adoption? The case of ancient susu saving operations in Ghana," *Int. J. Soc. Econ.*, vol. 42, no. 11, pp. 962–979, 2015, doi: 10.1108/IJSE-09-2013-0198.
- [6] D. Jamshidi and N. Hussin, "Forecasting patronage factors of Islamic credit card as a new e-commerce banking service: An integration of TAM with perceived religiosity and trust," *J. Islam. Mark.*, vol. 7, no. 4, pp. 378–404, 2016, doi: 10.1108/JIMA-07-2014-0050.
- [7] T. Chi, "Understanding Chinese consumer adoption of apparel mobile commerce: An extended TAM approach," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 44, no. July, pp. 274–284, 2018, doi: 10.1016/j.jretconser.2018.07.019.
- [8] S. Arora and S. Sahney, "Antecedents to consumers' showrooming behaviour: an integrated TAM-TPB framework," *J. Consum. Mark.*, vol. 35, no. 4, pp. 438–450, 2018, doi: 10.1108/JCM-07-2016-1885.
- [9] S. Chatterjee, N. P. Rana, Y. K. Dwivedi, and A. M. Baabdullah, "Understanding AI adoption in manufacturing and production firms using an integrated TAM-TOE model," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 170, no. November 2020, p. 120880, 2021, doi: 10.1016/j.techfore.2021.120880.
- [10] J. F. Hair, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research," *European Business Review*. 2014, doi: 10.1108/EBR-10-2013-0128.
- [11] Y. Kim and C. W. Woo, "The buffering effects of CSR reputation in times of product-harm crisis," *Corp. Commun.*, vol. 24, no. 1, pp. 21–43, 2019, doi: 10.1108/CCIJ-02-2018-0024.
- [12] N. Souiden, R. Ladhari, and W. Chaouali, "Mobile banking adoption: a systematic review," *Int. J. Bank Mark.*, vol. 39, no. 2, pp. 214–241, 2021, doi: 10.1108/IJBM-04-2020-0182.
- [13] H. Usman, D. Mulia, C. Chairy, and N. Widowati, "Integrating trust, religiosity and image into technology acceptance model: the case of the Islamic philanthropy in Indonesia," *J. Islam. Mark.*, 2020, doi: 10.1108/JIMA-01-2020-0020.