ANALISIS KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN LAYANAN LINKAJA SYARIAH (STUDI KASUS DESA MOMPANG JAE KECAMATAN PANYABUNGAN UTARA KABUPATEN MANDAILING NATAL)

Husnul Khotimah Nst^{1*}, Fauzi Arif Lubis², Nurul Jannah³
^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail korespondensi: hkhotimah253@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan waktu semakin meningkat kebutuhan masyarakat akan akses informasi yang akurat, praktis, dan instan, begitu pula dengan kebutuhan akan fasilitas perbankan. Sehingga bank berusaha menciptakan hal-hal baru yang dapat mempermudah transaksi nasabah. Tapi, sebagian besar masyarakat Indonesia masih belum mengetahui dan menggunakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya dari sistem yang lebih kompleks yang diterapkan di industri perbankan. Perusahaan tentunya berharap dapat mengatasi hal tersebut dan berharap dapat memperluas jaringannya hingga ke pelosok. Hal ini dapat dibuktikan dengan *inklusi* keuangan salah satunya yaitu melalui LinkAja Syariah, Sebagai Uang Elektronik Syariah satusatunya di Indonesia dari PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tentang Kepercayaan dan Persepsi Konsumen dalam meningkatkan layanan LinkAja Syariah di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan studi lapangan (*field research*) data ini dibuktikan dengan wawancara kepada responden yang menggunakan dan tidak menggunakan layanan LinkAja Syariah. Sumber data primer dan sekunder, metode pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dan analisis data menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada persamaan dan perbedaan pendapat pada layanan LinkAja Syariah. Untuk perbedaannya terletak pada indikator kepercayaan dan persepsi konsumen diantaranya Minat Beli, Promosi, Kualitas, Harga, Segi Kemanfaatan, Segi Kemudahan dan Tingkat Keamanan.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi, LinkAja Syariah

PENDAHULUAN

Di zaman revolusi industri 5.0 saat ini, era globalisasi semakin tak terelakkan lagi dalam kehidupan sehari-hari. Sekarang ini semuanya semakin dipermudah karena teknologi yang berkembang pesat baik itu saat mencari informasi, berinteraksi (komunikasi) hingga bertransaksi. Karenanya Teknologi Finansial (Financial Technology) menjadi topik kajian kali ini sebagai salah satu perkembangan kemajuan teknologi di Indonesia. Salah satu jenis fintech yang memiliki perkembangan yang cukup signifikan. Di era saat ini dimana kemajuan teknologi

semakin canggih seharusnya masyarakat mampu dan memahami kemajuan teknologi dimana pada era revolusi industri 5.0 masih banyak masyarakat di Desa Mompang Jae yang belum mengetahui atau menggunakan aplikasi LinkAja syariah yang bisa mempermudah masyarakat tersebut untuk bertransaksi. Seperti yang saya amati masih banyak orang tua dan remaja di Desa Mompang Jae yang belum banyak menggunakan aplikasi LinkAja mereka lebih percaya pada saat menransfer langsung saja ke banknya padahal dengan menggunakan LinkAja Syariah mereka lebih mudah dan

praktis. LinkAja Syariah merupakan uang elektronik syariah satu-satunya dan pertama di Indonesia. LinkAja Syariah adalah jenis perusahaan penyedia jasa layanan karenanya jasa merupakan objek transaksinya. LinkAja Syariah sudah diawasi oleh Bank Indonesia dan diselenggarakan oleh PT. Finarya (Fintek Karya Nusantara) sebagai sebuah layanan keuangan elektronik.

Satu diantaranya ialah pembentukan layanan LinkAja Syariah adalah untuk inisiatif dalam meningkatkan layanan terhadap uang elektronik. Penerbit uang elektronik LinkAja yakni Finarya (Fintek Karya Nusantara) telah memperoleh sertifikat kesesuaian dengan prinsip syariah DSN MUI No. 16/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah. Akumulasi pemakai (pengguna) yang sudah terdaftar di LinkAja Syariah pun berkembang begitu pesat di tahun 2021 dengan total 1,8 juta pengguna dan meningkat sebesar 24% di tahun 2022 menjadi 7,5 juta pengguna. Yang mana peningkatan jumlah pemakainya pun akan terus berjalan dan meningkat sejalan dengan terus meningkatnya jumlah pengguna dengan beberapa mitra strategis dan berkomitmen bersama layaknya pemerintah daerah dan lembaga lain demi meraih perkembangan ekosistem syariah digital di semua wilayah Indonesia.

Maka dari itu, besar harapan kepada perbankan untuk membantu biaya operasional bank dengan menggunakan agen sebab menjadi penyaluran yang cukup penting untuk jasa keuangan. Kian hari tingkat keperluan dan kepentingan masyarakat mengenai aktivitas transaksi keuangan keraplah tinggi. Namun transaksi keuangannya pun bisa muncul faktor penghambat berupa jarak ke ATM atau

bank dan waktu yang terbatas. Sehingga solusi dan penyelesaian yang tepat bagi problem diatas ialah kehadiran dan kemunculan LinkAja Syariah selaku alat pembayaran berbentuk aplikasi yang sifatnya praktis dan inovati pun akan melancarkan pembayaran aktivitas ekonomi yang sifatnya massal. Dari masa ke masa, kesadaran masyarakat mulai timbul mengenai transaksi yang ternyata memudahkan tersebut. Kemudian, Bank juga menginisiasi layanan perbankan tanpa kantor demi menolong masyarakat dalam mempergunakan layanan perbankan yang disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data adalah rangkaian kegiatan penelitian dimana data yang terkumpul melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan Penelitian untuk mengetahui Tentang Kepercayaan dan Persepsi Konsumen dalam meningkatkan layanan LinkAja Syariah di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan studi lapangan (*field research*) data ini dibuktikan dengan wawancara kepada responden yang menggunakan dan tidak menggunakan layanan LinkAja Syariah.

Analisis data menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada persamaan dan perbedaan penadapat pada layanan LinkAja Syariah. Untuk perbedaannya terletak pada indikator kepercayaan dan persepsi konsumen diantaranya Minat Beli, Promosi, Kualitas, Harga, Segi Kemanfaatan, Segi Kemudahan dan Tingkat Keamanan. subjek penelitian

adalah Masyarakat Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal yang terdiri dari 324 kepala keluarga dan yang akan diambil sebagai subjek penelitian adalah terdiri dari 8 orang yang dijadikan informasi untuk diwawancarai. objek penelitiannya adalah Persepsi Konsumen. Penelitian ini berlangsung di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal dengan masyarakatnya yang akan diteliti.

Bagi penelitian yang bersifat field research, sumber data harus secara lengkap ditulis terkait perolehan data itu darimana. Sumber data didapatkan dari penelusuran langsung pada objek penelitian yang ditunjuk guna meneliti hasil pengumpulan data dari para responden atau informan. Sumber data dibagi menjadi data primer dan sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, penulis akan memaparkan hasil wawancara yang sudah dilaksanakan dengan beberapa orang masyarakat Desa Mompang. Pada tanggal 1 Maret 2023, secara mendalam penulis berusaha menggelar evaluasi terkait kepercayaan dan persepsi konsumen dalam meningkatkan layanan LinkAja Syari'ah di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal. Usai membandingkannya dengan tinjauan pustaka dan dengan praktek pelaksanaannya secara langsung di lapangan. Data yang sifatnya kualitatif akan dipaparkan dalam deskriptif terhadap permasalahan mengenai kepercayaan dan persepsi masyarakat Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal.

1. Kepercayaan Konsumen dalam Meningkatkan Layanan LinkAja Syariah Desa Mompang Jae Kabupaten Mandailing Natal

Kepercayaan Konsumen adalah unsur paling inti dalam meningkatkan layanan LinkAja syari'ah. Kepercayaan adalah suatu kunci atau keyakinan serta kemauan yang dapat juga disebut sebagai kecendrungan perilaku. Kepercayaan dapat meningkatkan persepsi konsumen. Loyalitas konsumen baru bisa diciptakan setelah terbangunnya rasa percaya konsumen itu sendiri.

Berdasarkan Wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada bulan Februari 2023, dari hasil penelitian di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandailing Natal pada masyarakat sebagai konsumen dalam bertransaksi dengan menggunakan LinkAja Syari'ah bahwa kepercayaan sangatlah mempengaruhi dalam meningkatkan LinkAja Syari'ah dan memudahkan melakukan transaksi melalui aplikasi LinkAja Syari'ah karena tidak perlu untuk mendatangi tempat pada saat bertransaksi tidak hanya itu dengan LinkAja Syari'ah kita bisa membeli barang yang kita inginkan dengan melakukan transfer pembayaran.

Kepercayaan konsumen di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara mengenai LinkAja Syariah sangat rendah dimana kurangnya pengetahuan masyarakat tersebut mengenai LinkAja syariah seperti yang sudah peneliti wawancara dengan ibu aisyah beliau mengatakan kurang tahu mengenai LinkAja syariah, beliau juga mengatakan kurang percaya menggunakan LinkAja syariah karena beliau takut penipuan pada saat bertransaksi, peneliti juga

mewawancarai ibu Halimah beliau mengatakan tahu aplikasi LinkAja syari'ah namun Karena tidak tahu cara penggunaannya membuat ibu Halimah tidak bisa menggunakan aplikasi LinkAja Syariah tersebut (Wawancara Februari 2023) Maksud dari penelitian ini ialah agar melakukan analisis kepercayaan konsumen dalam meningkatkan aplikasi layanan LinkAja Syariah. Sehingga disimpulkan bahwa Variabel kepercayaan dapat menumbuhkan persepsi konsumen dan dengan kepercayaan sehingga dapat menumbuhkan persepsi konsumen bahwa kepercayaan memiliki norma yang sesuai dengan kualitas layanan sehingga konsumen merasa puas dengan produk dan layanan penggunaan LinkAja syari'ah maka dari itu setiap perusahaan harus menimbulkan kepercayaan yang kuat untuk meningkatkan suatu perusahaan yang sukses baik itu melalui kualitas suatu aplikasi harus lebih ditingkatkan semakin banyak konsumen percaya maka semakin sukses suatu perusahaan.

2. Persepsi Konsumen dalam Meningkatkan Layanan LinkAja Syariah Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mnadailing Natal

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Mhd Erwin sebagai berikut: Saya menggunakan LinkAja Syariah belum lama ini sejak januari 2021 dari rekomendasi kawan saya, sebelumnya saya seorang Wiraswasta di Desa Mompang Jae. Latar belakang saya membuka usaha ini ialah menambah penghasilan selain itu LinkAja Syariah ini sangat mudah digunakan. Selanjutnya peneliti bertanya kepada bu Misbah beliau mengatakan bahwasanya LinkAja syariah ini mempersulit karena ketidak tahuan bu

tersebut menggunakannya membuatnya sulit untuk bertransaksi dan ibu misbah juga mengatakan takut terjadi penipuan apalagi karena ibu misba kurang paham cara penggunaannya dan menurutnya lebih baik ke bank langsung agar lebih mudah dan tidak terjadi penipuan. (Wawancara Februari 2023)

Disamping itu, di Desa Mompang Jae belum ada layanan LinkAja Syariah jadi besar harapan nantinya masyarakat disana bisa mengetahui dan akan banyak yang memakai layanan LinkAja Syariah. Beberapa contoh layanannya adalah pembelian tiket kereta, pulsa listrik, pulsa/paket data, shopeepay, Top-Up Game Online, Infaq, Zakat dan sedekah. Jika memakai LinkAja Syariah, tiap bulannya akan meraih 35 transaksi. Besar harapan LinkAja akan semakin berkembang dengan pesat, Agennya semakin bertambah dan tak sedikit masyarakat Mompang Jae yang akan menggunakannya.

a. Kebutuhan, Berdasarkan hasil wawancara yang saya laksanakan dengan beberapa masyarakat Desa Mompang Jae mengenai kebutuhan adalah apa yang mereka pahami mengenai layanan LinkAja Syariah. Apakah telah memenuhi kebutuhan anda? "Untuk layanannya, sejauh ini yang saya tahu ialah pembelian tiket kereta, pulsa listrik, pulsa/paket data, shopeepay, Top-Up Game Online, Infaq, Zakat dan sedekah. Jadi menurut saya layanan itu cukup menolong dan memudahkan saya sehingga saya bisa mencukupi kebutuhan misalnya transaksi yang kerap kali saya lakukan adalah pembayaran listrik setiap bulan dan juga transfer." Dari argumen tersebut bisa ditetapkan

b. Minat beli merupakan perasaan tertarik yang konsumen rasakan akan sebuah produk yang produsen jual dengan dipengaruhi faktor internal (dalam diri konsumen) dan dari luar konsumen (faktor eksternal). Berdasarkan wawancara yang sudah saya lakukan terhadap Konsumen Desa Mompang Jae terkait pertanyaan “Apa yang membuat anda tertarik menggunakan layanan LinkAja Syariah?” dan tanggapannya adalah sebagai berikut : “Hal yang membuat saya tertarik itu adalah teknologi modern yang melengkapi dompet digital didalamnya. Saya jadi bisa melakukan transaksi hanya dengan melalui *handphone*. Biasanya, saya melakukan transaksi ya untuk beli pulsa dan kuota sehingga itu sangat menolong saya karena transaksinya mudah dan cepat.”

Didasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa layanan LinkAja Syariah teramat memenuhi kebutuhan konsumen (pelanggan) di masa sekarang yang serba canggih.

c. Harga, defenisi harga adalah sejumlah uang yang dilabelkan pada sebuah produk atau total dari nilai yang ditukar konsumen atas nilai guna (manfaat) sebab mempunyai atau mempergunakan produk tersebut. Berdasarkan wawancara yang sudah saya lakukan terhadap Konsumen Desa Mompang Jae terkait pertanyaan “Berapa kisaran biaya transaksi yang ditentukan oleh LinkAja Syariah? dan tanggapannya ialah “Yang saya tahu di layanan LinkAja Syariah itu ada biaya adminnya. Biasanya kalau dari agen pembayaran listrik ataupun transfer itu Rp 3.000 dan kalau beli pulsa biasanya nambah Rp 2.000 untuk tiap pembelian.

Tapi kalau dari aplikasi malah lebih terjangkau dan banyak juga cashback dan promonya.” Didasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa transaksi melalui aplikasi LinkAja Syariah biaya adminnya lebih terjangkau dibanding dari Agen atau sejenisnya.

d. Kualitas, kualitas adalah nilai yang didapat dari adanya persepsi konsumen akan mutu dan cara kerja yang diharapkan atas jasa atau produk. Kepuasan konsumen akan terbentuk dari adanya nilai kualitas yang memberi sumbangan terbesar. Tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi bilamana penilaian konsumen tersebut akan mutu dan kinerja produk atau jasa semakin tinggi pula. Didasarkan pada hasil wawancara yang sudah berlangsung dengan Ibu Aisyah selaku konsumen Layanan LinkAja Syariah terkait “Bagaimana pendapat anda mengenai layanan LinkAja Syariah?” dan tanggapannya adalah sebagai berikut : “Layanan LinkAja Syariah kalau menurut saya itu adalah uang elektronik syariah yang bagus ya sebab kita boleh melaksanakan transaksi yang ada disertai dengan fitur-fitur yang lengkap misalnya Zakat, Infaq dan Wakaf.” Didasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa mutu dan kualitas layanan LinkAja Syariah tergolong sudah memadai dan disertai beragam jenis fitur yang sejalan dengan kaidah-kaidah syar’i.

e. Promosi adalah unsur yang dipergunakan dalam menyebarkan informasi dan akan memberi pengaruh pada konsumen mengenai produk perusahaan, karenanya konsumen akan bisa mengetahui perusahaan tersebut

memproduksi produk apa. Berdasar hasil wawancara yang saya dapatkan mengenai pertanyaan “Apa yang anda ketahui tentang pemasaran LinkAja Syariah?” Berikut tanggapannya: “Pemasaran LinkAja Syariah yang saya lihat sudah semakin berkembang pesat ya, terbukti dari banyaknya iklan di media sosial, banyak juga spanduk saya lihat di SPBU, Trans Jakarta, Kendaraan TranSemarang, dan KRL Jakarta bisa lewat LinkAja Syariah. Selain itu ada banyak juga ya cashback dan promonya di aplikasi.” Didasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa LinkAja Syariah sudah melakukan promosi yang cukup menarik untuk menggait pelanggan sebab iklannya yang terlihat menjanjikan.

- f. Kemudahan Dari hasil wawancara yang sudah saya lakukan terkait “Layanan LinkAja Syariah apakah ada persepsi kemudahan?” dan berikut adalah jawabannya : “Awalnya saya tahu layanan itu dari teman saya sehingga kemudian saya mencoba menginstallnya lalu saya tertarik karena ternyata sangat mudah untuk bertransaksi. Dan layanan itu bisa dibidang masuk dompet digital yang modern jadi saya bisa pakai kapan dan dimana saja.” “Alasan saya pakai itu juga karena Agennya dekat dari lokasi saya untuk biasanya saya transaksi bayar listrik ataupun beli pulsa atau voucher internet.”

Didasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa penyampaian informasi dari orang ke orang sangatlah mempengaruhi perkembangan layanan LinkAja sehingga akan semakin menjangkau banyak pengguna. Umumnya, ibu-ibu

memakainya untuk transaksi pembayaran listrik atau sekadar beli pulsa. Hal tersebut sangat mempermudah para penggunanya.

Berdasarkan pada pernyataan tersebut bisa dibuat kesimpulan bahwa layanan LinkAja syari’ah telah dipantau dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah sudah pasti aman Tetapi berdasarkan wawancara yang sudah saya lakukan masih banyak di Desa Mompang Jae Kecamatan Panyabungan Utara Kabupaten Mandaling Natal yang belum mengetahui apikasi Linkaja Syariah dan banyak masyarakat yang tidak percaya bahwa menggunakan Aplikasi LinkAja Syariah dapat mempermudah saat Bertransaksi dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Kepercayaan dapat menumbuhkan persepsi konsumen dan dengan kepercayaan sehingga dapat menumbuhkan persepsi konsumen bahwa kepercayaan memiliki norma yang sesuai dengan kualitas layanan sehingga konsumen merasa puas dengan produk dan layanan penggunaan LinkAja syari’ah maka dari itu setiap perusahaan harus menimbulkan kepercayaan yang kuat untuk meningkatkan suatu perusahaan yang kuat untuk meningkatkan suatu perusahaan yang sukses baik itu melalui kualitas suatu aplikasi harus lebih ditingkatkan semakin banyak konsumen percaya maka semakin sukses suatu perusahaan. Dalam hal Persepsi Konsumen tersebut berbeda-beda dapat dilihat dari wawancara di atas perbedaan tersebut masih banyak yang belum tahu Aplikasi LinkAja syariah dan cara penggunannya. Maka melalui wawancara

tersebut dapat meningkatkan layanan LinkAja Syariah dengan mengetahui apa saja kekurangan aplikasi tersebut sehingga dapat membuat Aplikasi tersebut lebih baik dan semakin banyak peminatnya dan dapat meningkatkan layanan aplikasi linkAja syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif Muamar, A. A. (2021). Pelayanan Syariah Link Aja Pada Ekosistem Keislaman Di Kota Cirebon Dalam Perspektif Hukum Islam. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Andriyaningtyas, I. (2022). Penerimaan E-Wallet Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>
- Fauzi Arif. (2018). Pengantar Ilmu Ekonomi Islam/. *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam/*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-03-4>
- Jamin. (2022). Analisis akad dalam layanan linkaja syariah. *Jurnal As Syar'e Jurnal Syari'ah & Hukum*, Vol.1(1), 30–50.
- Juliana Nasution, A. Y. H. (2022). 1 , 2 1,2. 2(1), 325–336.
- Khairina Tambunan, P. R. silalahi, & Batubara, T. R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 125.
- Mundir, A., & Lilik Nur Hayati. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Nurrisqi, F. A. (2021). analisis persepsi konsumen mengenai linkaja syariah dan bri link. In *Pesquisa Veterinaria Brasileira* (Vol. 26, Issue 2). <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Subakti, A. G. (2018). Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology di Loewy, Jakarta). *Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology Di Loewy, Jakarta)*, 8(1), 31–38.
- Yulia Shyfa Pertiwi. Fitri Yetti. (2022). *Analisis Persepsi Konsumen Pada Penggunaan Layanan LinkAja Syariah di Kota Bekasi*. 1(1), 24–32.