

Analisis Persepsi Konsumen Pada Penggunaan Layanan LinkAja Syariah di Kota Bekasi

¹Yulia Shyfa Pertiwi*, ²Fitri Yetti

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

*yuliashyfaa@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Received: 21 September 2022

Accepted: 17 October 2022

Published: 17 October 2022

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen yang merupakan pengguna LinkAja Syariah dengan menganalisis faktor stimulus dan faktor individu dalam penggunaan LinkAja Syariah di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa persepsi konsumen pada penggunaan layanan LinkAja Syariah dengan menganalisis faktor stimulus pada ketiga fitur adalah layanan LinkAja Syariah memiliki tampilan yang simpel dan mudah dipahami sehingga penggunaannya mudah dan ukuran aplikasi yang dimiliki berukuran kecil. Kemudian pada faktor individu pada ketiga fitur adalah layanan LinkAja Syariah melakukan kerjasama dengan banyak perusahaan atau lembaga sehingga aplikasi layanan LinkAja Syariah terintegrasi dengan aplikasi perusahaan atau lembaga tersebut, minim terjadinya kendala, walaupun begitu terdapat beberapa kendala yang terjadi oleh pengguna LinkAja Syariah.

Kata Kunci: persepsi konsumen; linkaja syariah; penggunaan

Abstract

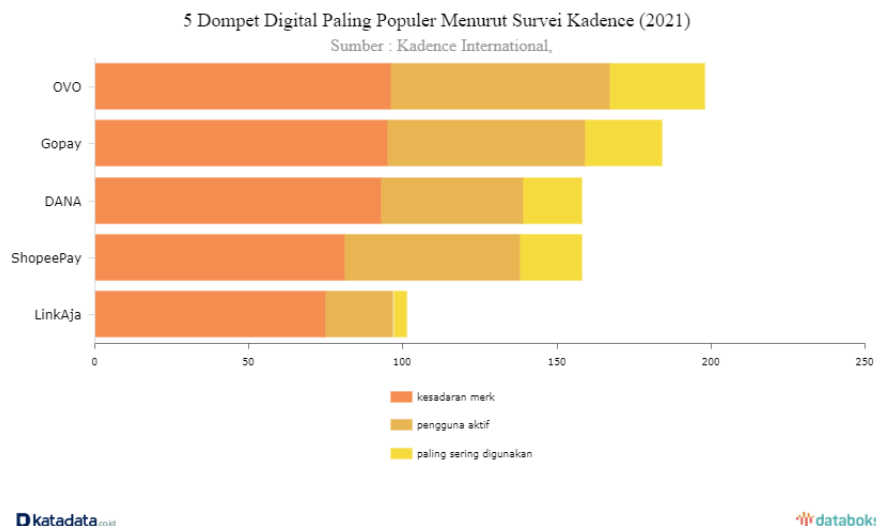
This study was conducted to find out how consumers perceive LinkAja Syariah users by analyzing stimulus factors and individual factors in using LinkAja Syariah in Bekasi City. This study uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques used are interviews and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation and conclusions. Based on the results of the research analysis, it was concluded that consumer perceptions of the use of the LinkAja Syariah service by analyzing the stimulus factors in the three features were that the LinkAja Syariah service had a simple and easy-to-understand appearance so that it was easy to use and the size of the application was small. Then on the individual factor in the three features, the LinkAja Syariah service collaborates with many companies or institutions so that the LinkAja Syariah service application is integrated with the application of the company or institution, there are minimal obstacles, although there are some obstacles that occur by LinkAja Syariah users.

Keywords: consumer perception; sharia Linkaja; use

PENDAHULUAN

Era globalisasi semakin tidak terhindarkan dalam kehidupan, terlebih di zaman revolusi industri 4.0 saat ini. Dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini segalanya dapat dipermudah. Mulai dari berinteraksi, mencari informasi ataupun bertransaksi. Menurut Christmastianto (2017), munculnya era digital pada revolusi industri 4.0 ini mampu mendorong perilaku manusia dalam menjelajah berbagai macam informasi dan fasilitas layanan elektronik. Salah satu pertumbuhan kemajuan teknologi di Indonesia yang menjadi bahan kajian saat ini adalah *Financial Technology* (Fintech) atau Teknologi Finansial. Salah satu jenis fintech yang memiliki perkembangan cukup signifikan adalah *e-wallet* atau dapat disebut dompet elektronik atau dompet digital yang merupakan alat transaksi berbentuk non-tunai berbasis *server*. Hal tersebut terjadi karena kebijakan bank sentral yang menghimbau masyarakat untuk bertransaksi menggunakan alat pembayaran digital (Rizaldi et al., 2021). Selain itu, pengguna *e-wallet* terus meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya lembaga keuangan yang mengeluarkan produk *e-wallet* seperti Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja dan Shopeepay (Harseno, 2021). Selain itu, Bank Indonesia (BI) mencatat adanya peningkatan secara signifikan pada jumlah uang elektronik beredar di setiap bulannya pada periode Desember 2020 hingga Desember 2021.

Gambar 1 Survei Kadence 5 Dompet Digital Populer



Sumber: (Katadata.co.id, 2022)

Menurut survei Kadence International pada gambar 1, OVO menempati posisi teratas di dompet digital paling populer dengan tingkat kesadaran merek, pengguna aktif dan paling sering digunakan lebih tinggi diantara *e-wallet* terkenal lainnya. Posisi bawah ditempati oleh LinkAja. Penjelasan diatas menunjukkan bahwa pengguna LinkAja masih sedikit yang artinya potensi LinkAja Syariah untuk digunakan masyarakat juga rendah (Rizaldi et al., 2021). Berdasarkan website resmi Bank Syariah Indonesia, layanan LinkAja Syariah telah mencapai lebih dari 5,8 juta pengguna pada November 2021 (Bank Syariah Indonesia, 2021). Hal tersebut tidak sebanding dengan total penduduk muslim di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) dalam (DataIndonesia.id, 2022), jumlah pemeluk agama islam di Indonesia per Desember 2021 sebanyak 237,53 juta jiwa atau sebesar 86,9% dari jumlah populasi Indonesia. Persepsi konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh

25 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Penggunaan...

Sumarwan pada (Fadhila et al., 2020) yang mengatakan bahwa pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian terjadi ketika seorang konsumen dapat memandang realitas di luar dirinya atau dunia sekelilingnya. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap suatu produk, membuat konsumen itu sendiri memilih produk tersebut. Persepsi konsumen mengenai penggunaan layanan LinkAja Syariah berbeda-beda karena pada dasarnya manusia beraneka ragam sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda mengenai penggunaan layanan LinkAja Syariah. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Firmansyah & Moeliono, 2020) yang berjudul Identifikasi Persepsi Konsumen Menggunakan *Customer Profile* terhadap LinkAja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen selaku pengguna aplikasi mobile payment mengenai produk LinkAja di Kota Bandung dengan menggunakan *Customer Profile*.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Rahma, 2018) yang berjudul Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* (Fintech). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan *Financial Technology* (Fintech). Dari fenomena tersebut, penulis memilih LinkAja Syariah sebagai studi kasus penelitian ini karena LinkAja merupakan satu-satunya dompet digital yang memiliki sertifikat syariah oleh DSN MUI dan persetujuan oleh Bank Indonesia sehingga LinkAja menerapkan sistem hukum syariah pada setiap transaksinya dan menyediakan layanan produk syariah. Hal itu yang membedakan LinkAja Syariah dengan dompet digital yang lain. Walaupun begitu, masih banyak yang belum menggunakan ataupun mengetahui dompet digital tersebut. Maka, penulis melakukan penelitian yang berjudul: “Analisis Persepsi Konsumen pada Penggunaan Layanan LinkAja Syariah Di Kota Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi konsumen pada penggunaan layanan LinkAja Syariah. Harapannya penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk menjadikan bahan pertimbangan yang lebih baik serta bermanfaat sebagai bahan rujukan akademisi untuk mempelajari lebih lanjut terkait penggunaan dompet digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan pedoman dasar, bahan pertimbangan dan perbandingan bagi peneliti agar mendapatkan arah dan kerangka pemikiran penelitian. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai persepsi konsumen yang dijadikan bahan acuan dalam penelitian:

1. Rahma (2018)

Penelitian yang berjudul “Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* (Fintech)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan *Financial Technology* (Fintech). Hasil dari penelitian ini adalah persepsi masyarakat terhadap penggunaan *Financial Technology* (fintech) berdasarkan sikap, minat, pemahaman, motivasi dan harapan. Pada sikap masyarakat terhadap penggunaan fintech memberikan dukungan kepada kemajuan teknologi keuangan di Indonesia guna memudahkan kegiatan masyarakat. Sedangkan pada minat menggunakan, masyarakat telah minat menggunakan fintech. Hal tersebut karena masyarakat telah memiliki literasi penggunaan fintech yang efektif dan efisien.

2. Firmansyah & Moeliono (2020)

Penelitian yang berjudul “Identifikasi Persepsi Konsumen Menggunakan *Customer Profile* terhadap LinkAja”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen

selaku pengguna aplikasi mobile payment mengenai produk LinkAja di Kota Bandung dengan menggunakan *Customer Profile*. Hasil penelitian ini adalah untuk persepsi konsumen terhadap LinkAja berdasarkan alat identifikasi *Customer Profile* yang terbagi menjadi tiga blok yaitu: *customer jobs*, *customer pains* dan *customer gains*. Pertama yaitu LinkAja adalah suatu aplikasi mobile payment dengan paling banyak digunakan oleh konsumennya untuk melakukan pembelian pulsa, dapat membuat konsumennya merasa lebih baik setelah menggunakannya dan dapat memberikan rasa puas kepada konsumennya. Kedua yaitu LinkAja adalah suatu aplikasi mobile payment yang memberikan harga yang relatif lebih murah kepada konsumennya, tidak menghabiskan banyak waktu dalam penggunaannya, mudah digunakan oleh konsumennya, jarang terjadi gangguan pada saat penggunaannya namun disamping itu masih memiliki beberapa risiko yang dikhawatirkan terjadi saat penggunaannya. Ketiga yaitu LinkAja adalah suatu aplikasi mobile payment yang disenangi konsumen karena kemudahannya, dengan fitur beli pulsa pada LinkAja adalah fitur yang paling dinikmati oleh konsumen.

3. Paath & Manurung (2019)

Penelitian yang berjudul “Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap *Financial Technology* (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi kecenderungan pengguna layanan transaksi digital hingga *Financial Technology* (Fintech) dengan Model *E-Money Go-Pay* di Purwokerto. Hasil dari penelitian ini adalah masyarakat kota Purwokerto memiliki banyak menggunakan E-Money Go-Pay dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, terutama dalam bertransaksi secara digital. Ada hubungan antara model pembayaran, durasi penggunaan *FinTech E-Money Go-Pay* di Purwokerto, jumlah karakteristik responden sebagai pengguna dengan kegunaan, keandalan, fungsionalitas, efisiensi fitur *FinTech E-Money Go-Pay*.

Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu peran penting dalam konsep pemilihan posisi karena seseorang mendeskripsikan suatu produk atau merek melalui persepsi. Menurut Machfoedz dalam (Mauludin et al., 2022) persepsi adalah proses dalam memilih, menyusun, dan menafsir suatu informasi untuk mendapatkan arti. Sedangkan menurut Hurriyati (Mauludin et al., 2022) persepsi adalah proses yang dijalani seseorang dalam menentukan, mengelompokkan dan menginterpretasikan informasi dengan tujuan memberikan gambaran yang bermakna tentang dunia (Mauludin et al., 2022). Persepsi konsumen adalah suatu tahapan yang membuat seseorang menentukan, mengorganisasikan, dan mendeskripsikan rangsangan-rangsangan yang didapat menjadi suatu gambaran berarti dan lengkap mengenai dunia. Dari pengertian tersebut, diketahui bahwa seseorang terdorong untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suasana yang dihadapinya, sedangkan apa yang dipersepsikan oleh seseorang dapat berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya. Orang-orang mungkin melihat suatu benda yang sama tetapi mereka mempresepsikan hal tersebut secara berbeda (Dewi, 2019). Menurut Shiffman dan Kanuk dalam (Firmansyah & Moeliono, 2020), persepsi akan sesuatu hal berasal dari interaksi dua jenis faktor, yaitu faktor stimulus dan faktor individu. Faktor stimulus adalah karakteristik dalam bentuk fisik seperti berat, ukuran, bentuk dan warna. Sedangkan faktor individu adalah faktor yang termasuk proses didalamnya tidak hanya berasal dari panca indera, tetapi juga proses yang berasal dari pengalaman serupa dan dorongan utama serta harapan dari individu itu sendiri (Firmansyah & Moeliono, 2020).

Fitur layanan

Fitur adalah sebuah komponen yang bertujuan untuk menambah fungsi pada suatu produk. Adanya fitur dapat menjadikan alasan konsumen dalam memilih suatu produk sehingga bagi pemasar fitur merupakan dasar untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk lain (Umaningsih & Wardani, 2020). Fitur layanan adalah produk yang digunakan oleh perusahaan guna membedakan fitur yang disajikan dengan kompetitor lainnya, sehingga dapat memperoleh kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan untuk melakukan transaksi secara online maupun offline (Abrilia & Sudarwanto, 2020).

E-wallet

E-wallet atau dapat disebut dompet digital atau dompet elektronik adalah suatu layanan yang dapat menyimpan uang secara digital atau *online*. Hal yang membedakan dompet elektronik dengan uang elektronik ialah perangkat yang digunakan, uang elektronik menggunakan kartu berbasis chip sebagai alat transaksi, sedangkan dompet elektronik menggunakan *smartphone* yang untuk mengaksesnya harus tersambung dengan koneksi internet (Nawawi, 2020). Menurut Bank Indonesia, dompet elektronik sebuah layanan elektronik yang berguna untuk menyimpan informasi pada perangkat pembayaran, diantaranya alat pembayaran yang menggunakan kartu atau uang elektronik berisi dana guna untuk melakukan transaksi pembayaran. Pemasukan dana ke dompet digital dapat dilakukan melalui transfer, setor tunai, dan auto debet rekening simpanan di bank yang telah terdaftar. Ketentuan mengenai *e-wallet* itu sendiri telah diatur pada Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.18/41/DKSP tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. *e-wallet* masuk kedalam kelompok *e-money* menggunakan sistem berbasis *server* (Bank Indonesia, 2022)

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan *postpositivesme*, digunakan untuk meriset pada keadaan objek yang alamiah, dimana penulis merupakan alat kunci, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik triangulasi, data yang dianalisis bersifat kualitatif, serta hasil analisis lebih menekankan makna daripada kesimpulan (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif dilakukan tanpa menggunakan statistik, namun melalui pengumpulan data, analisis, kemudian ditafsirkan (Anggito & Setiawan, 2018). Sementara itu, penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode dengan menggambarkan suatu hasil penelitian (Ramdhan, 2021).

Penelitian ini memerlukan narasumber yang merupakan pengguna LinkAja Syariah baik aktif maupun pasif yang berdomisili di kota Bekasi. Objek dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi layanan LinkAja Syariah sebanyak 10 orang. Adapun subjek dari penelitian ini adalah aplikasi layanan LinkAja Syariah pada fitur pembelian pulsa, fitur transportasi umum, dan fitur dana sosial.

Sumber data di penelitian ini adalah sumber data primer yaitu sumber yang didapatkan oleh narasumber sebagai pengguna layanan LinkAja Syariah dan sumber data sekunder yaitu sumber yang didapatkan melalui jurnal-jurnal dan *website* resmi yang berhubungan dengan topik relevan. Validitas penelitian menggunakan triangulasi sumber data dan teori. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari pengumpulan data akan dianalisis menggunakan mereduksi data dengan proses pemilihan, penyajian data menjadi tabel dan grafik dan penarikan kesimpulan dari rangkaian analisis yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan sepuluh pengguna LinkAja Syariah di kota Bekasi sebagai informan.

No	Nama Narasumber	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Soraya	P	24 Tahun	Karyawan Swasta
2	Lutfi	L	22 Tahun	Freelancer
3	Eveliny	P	26 Tahun	Wirausaha
4	Isnan	L	24 Tahun	Guru
5	Fauzi	L	26 Tahun	Solution Architect
6	Arvin	L	24 Tahun	Freelancer
7	Indah	P	22 Tahun	Mahasiswa
8	Elsi	P	25 Tahun	Quality Assurance
9	Maghfirany	P	23 Tahun	Karyawan Swasta
10	Azel	L	24 Tahun	Karyawan Swasta

Sumber: Data Diolah (2022)

Faktor stimulus

1. Fitur Pembelian Pulsa

Pada fitur ini memiliki tampilan yang sangat simpel dan minimalis dengan paduan warna putih sebagai *background* tampilan dan warna merah sebagai warna pelengkap. Kedua warna tersebut juga sudah menjadi ciri khas dari merek LinkAja. Pada tampilan pada fitur pembelian pulsa terdapat pilihan “Beli untuk diri sendiri” yang sudah tertera nomor ponsel pengguna LinkAja itu sendiri sehingga pilihan tersebut langsung menuju menu pilihan pulsa dan paket data internet. Selain itu, terdapat juga pilihan masukan nomor *handphone* yang digunakan untuk pengguna LinkAja Syariah yang ingin membeli pulsa atau paket data internet ke nomor yang berbeda. Namun, tidak perlu khawatir, aplikasi LinkAja Syariah telah terhubung dengan aplikasi kontak pada *handphone* sehingga pengguna tidak perlu repot-repot mencatat nomor *handphone* melainkan pengguna hanya perlu klik ikon buku telepon agar dapat menemukan nomor *handphone* yang dituju dengan syarat nomor tersebut telah disimpan pada kontak *handphone* pengguna. Selain itu, LinkAja Syariah memiliki aplikasi yang dengan ukuran aplikasi yang kecil sehingga tidak berat pada saat digunakan untuk bertransaksi atau mencari-cari fitur yang diinginkan. Hal ini berlaku pada *smartphone* dengan kualitas tinggi maupun kualitas rendah sehingga tidak ada pembedanya.

2. Fitur Transportasi Umum

Fitur transportasi umum pada LinkAja Syariah memiliki tampilan yang simpel dan mudah dipahami sebab untuk menggunakan fitur ini, pengguna LinkAja Syariah hanya membutuhkan *smartphone* yang tersambung jaringan internet. Saat sudah berada di halaman utama aplikasi LinkAja Syariah, pengguna cukup menggoyangkan

smartphone lalu muncul kode tiket berupa *barcode* untuk di *scan* pada mesin *gate* yang tersedia pintu masuk transportasi umum.

3. Fitur Dana Sosial

Pada fitur ini, layanan LinkAja Syariah memiliki QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) yang akan terhubung ke menu infaq pada fitur dana sosial di aplikasi layanan LinkAja Syariah. Dalam hal ini, layanan LinkAja Syariah menyebar kertas bergambar QRIS ke masjid-masjid untuk dipajang.

Faktor Individu

1. Fitur Pembelian Pulsa

Layanan LinkAja Syariah menyediakan pilihan pulsa dan paket data internet yang lengkap dari *provider-provider* yang tersedia di Indonesia yang dimana tidak kalah dengan dompet digital lain. Diketahui, LinkAja Syariah telah bekerja sama dengan penyedia operator seluler sehingga beberapa *provider* terintegrasi dengan aplikasi LinkAja Syariah sehingga LinkAja Syariah dapat menjadi metode pembayaran di aplikasi *provider* seperti *provider* Telkomsel dan *provider* Indosat. Selain itu, harga yang ditawarkan LinkAja Syariah cukup murah daripada *e-wallet* lain sehingga beberapa pengguna memutuskan untuk membeli pulsa melalui aplikasi layanan LinkAja Syariah. Walaupun begitu, paket data internet yang disediakan oleh LinkAja Syariah tidak semuanya dapat dibeli sehingga pengguna LinkAja Syariah harus mengisi saldo lagi agar dapat membeli paket data internet yang diinginkan. Beberapa pengguna mengutarakan alasan mengapa menggunakan fitur pembelian pulsa melalui aplikasi layanan LinkAja Syariah, mereka berkata karena telah percaya dan nyaman menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

2. Fitur Transportasi Umum

Pada pengisian pada QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) memang sangat mudah dan jauh lebih efisien daripada harus mengeluarkan kartu agar bisa menggunakan transportasi umum. Walaupun begitu, penggunaan dompet digital memang sangat bergantung pada jaringan internet sehingga memerlukan koneksi internet yang baik agar aplikasi berjalan dengan lancar tanpa mendapati kendala seperti terkadang waktu *scanning* pada *barcode* tiket membutuhkan waktu lama jika jaringan internet dalam keadaan tidak stabil atau *barcode* yang muncul tidak dapat *scanning* sehingga pengguna harus *scan* berulang-ulang kali. Selain itu, tidak semua *gate* yang tersedia di transportasi umum tidak semuanya aktif atau *online*.

3. Fitur Dana Sosial

LinkAja Syariah merupakan *e-wallet* syariah yang telah mendapatkan sertifikasi kesesuaian syariah oleh Dewan Syariah Nasional MUI dan Bank Indonesia sehingga pengguna tidak perlu khawatir dan dapat mempercayai layanan LinkAja Syariah sebagai penyalur dana sosial. Walaupun begitu, adanya kendala yang membuat pengguna merasa tidak nyaman untuk menggunakan fitur ini khususnya pengguna sistem operasi iOS, dimana tampilan pada pilihan lembaga pengelola dana sosial berpindah ke aplikasi *browser* sehingga pengguna sudah tidak berada di aplikasi layanan LinkAja Syariah. Selain itu, lembaga-lembaga pengelola dana sosial yang ditampilkan pada aplikasi layanan LinkAja Syariah tidak semuanya dapat diakses untuk melakukan donasi. Kemudian, tidak adanya informasi mengenai lembaga-lembaga pengelola dana sosial yang menjadi mitra LinkAja Syariah. Beberapa pengguna merasa belum puas dengan adanya tampilan yang hanya menunjukkan nama tanpa memberi tahu mengenai lembaga pengelola dana sosial tersebut. Tidak hanya itu, mengenai pemilihan lembaga pengelola dana sosial memang sudah sangat baik, namun beberapa pengguna masih belum tahu dana yang didonasikan akan digunakan untuk keperluan apa.

Pengguna berharap, layanan LinkAja Syariah untuk kedepannya nanti mungkin bisa diberikan informasi mengenai penjelasan tersebut dalam *receipt* yang diterima.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen dengan menganalisis faktor stimulus dalam penggunaan LinkAja Syariah pada fitur pembelian pulsa, fitur transportasi umum dan fitur dana sosial adalah tampilan aplikasi yang simpel dan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah yang mudah dipahami sehingga proses transaksinya cepat. Sedangkan persepsi konsumen dengan menganalisis faktor individu dalam penggunaan LinkAja Syariah pada fitur pembelian pulsa, fitur transportasi umum dan fitur dana sosial adalah LinkAja Syariah bermitra dengan banyak perusahaan sehingga dapat menyediakan banyak fasilitas untuk pengguna. Walaupun begitu, LinkAja Syariah masih memiliki kekurangan yang berdampak pada kenyamanan pengguna, tetap memberikan pelayanan yang memuaskan karena kemungkinan untuk terjadinya kendala relatif kecil. Keterbatasan dan hambatan yang ditemui peneliti yaitu sulitnya menemukan narasumber yang benar-benar aktif menggunakan LinkAja Syariah, maka dari itu peneliti hanya dapat mendapatkan sepuluh narasumber pengguna LinkAja Syariah baik aktif maupun jarang aktif. Kemudian penelitian ini hanya berfokus pada persepsi pengguna, belum mencakup dari pihak internal LinkAja Syariah. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan sara-saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk penyempurnaan penelitian yang akan datang di masa depan, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi para peneliti yang akan melanjutkan penelitian dengan topik yang pembahasan yang sama disarankan untuk memilih fitur-fitur lain yang terdapat di aplikasi layanan LinkAja Syariah. Peneliti menyarankan untuk bisa mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan fitur-fitur lain dan memperluas ruang lingkup lokasi objek penelitian agar mampu mendapatkan data dan hasil penelitian yang lebih bervariasi.
2. Bagi masyarakat
Peneliti berharap penelitian ini dapat membuat masyarakat lebih memahami mengenai aplikasi layanan LinkAja Syariah khususnya pada fitur pembelian pulsa, fitur transportasi umum dan fitur dana sosial yang berasal dari persepsi-persepsi pengguna agar masyarakat khususnya yang beragama muslim tertarik menggunakan LinkAja Syariah sebagai alat transaksi pembayaran non-tunai yang berprinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (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.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Bank Indonesia. (2022). *Tentang Dompot Elektronik*.
<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#Dompot-Elektronik>
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *LinkAja dan BSI Berkolaborasi, Hadirkan Kemudahan Digital Pacu Literasi Keuangan*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/linkaja-dan-bsi-berkolaborasi-hadirkan-kemudahan-digital-pacu-literasi-keuangan>
- Christmastianto, I. A. W. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia,. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 133–144.
- DataIndonesia.id. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Di Indonesia*.
<https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>

- Dewi, Y. A. (2019). Analisa Persepsi Konsumen dan Brand Awareness terhadap Peningkatan Penjualan Online Al Zena Scarf Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 4, 25–43.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60.
- Firmansyah, & Moeliono, N. N. K. (2020). Identifikasi Persepsi Konsumen Menggunakan Customer Profile terhadap LinkAja. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 218–226.
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *Accounting and Business Information Systems Journal*.
- Mauludin, M. S., Ratnawati, D., Arianti, N., Pryastara, M. D., & Novitawati, V. A. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3, 123–141.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205.
- Rahma, T. I. F. (2018). PERSPEKSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3, 642–661.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rizaldi, M. A., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). *SYARIAH PADA MASYARAKAT JABODETABEK bentuk server based . Biasanya e-wallet berbentuk aplikasi yang berbasis di secara digital 3 . Salah satu fintech di Indonesia yang berbentuk dompet digital*.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(21), 113–119.