

Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Teknologi Kewangan Islam di Malaysia

Factors Influencing the Intention to Use Islamic Financial Technology in Malaysia

RAHMATIA JAMHOR

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
MALAYSIA
rahmatiajamhor@yahoo.com

NURAU LIANI JAMLUS RAFDI

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
MALAYSIA
nurauliani@kuis.edu.my

SHAFINA FISAL

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
MALAYSIA
shafina@kuis.edu.my

NORMAZAINI BINTI SALEH

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
MALAYSIA
normazaini@kuis.edu.my

Kata Kunci:

*Teknologi Kewangan
Islam; Persepsi
Manfaat; Persepsi
Kemudahan
Penggunaan; Niat
Penggunaan*

ABSTRAK

Teknologi kewangan Islam ditakrifkan sebagai segmen teknologi kewangan yang mengikut prinsip syariah, melarang keuntungan daripada hutang, pembayaran faedah dan melabur dalam perniagaan yang berkaitan dengan perkara yang dilarang dalam syariah seperti alkohol, tembakau dan sekatan lain yang melibatkan gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian). Kajian ini dijalankan bertujuan mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi kewangan Islam di Malaysia yang melibatkan faktor persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Reka bentuk kajian adalah berbentuk kuantitatif melibatkan analisis statistik deskriptif,

korelasi pearson dan regresi. Soalan kajiselidik atas talian diedarkan kepada responden di Lembah Klang dan 78 borang kajiselidik yang lengkap seterusnya diuji menggunakan *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 22. Secara keseluruhannya, faktor persepsi manfaat yang dikaji mempunyai hubungan yang signifikan dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam, manakala persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan didapati tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap penggunaan teknologi kewangan Islam.

Keywords:

Islamic Financial Technology; Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Intention to Use

ABSTRACT

Islamic financial technology is defined as a segment of financial technology that adheres to Shariah principles, prevents profits from debts, interest and any businesses that are non-Shariah compliant such as alcohol, tobacco and other restrictions that involves gharar (uncertainty) and maysir (gambling). This study aims to identify factors that influence the intention of using Islamic financial technology in Malaysia which involves the perceived usefulness, perceived ease of use and trust. The design of the study is quantitative involving descriptive statistics, pearson correlation and regression for analysis. Online survey questions were distributed to respondents in the Klang Valley and 78 completed questionnaires were tested using *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* version 22. Overall, the perceived usefulness factor had a significant relationship with the intention of using Islamic financial technology, while perceived ease of use and trust was found to have no significant relationship of using Islamic financial technology.

Received : Sept 23, 2021

Accepted : Nov 2, 2021

Online Published : Nov 30, 2021

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi maklumat menyebabkan perkembangan yang pesat dalam perkhidmatan kewangan baru serta berinovatif yang sering disebut sebagai *fintech* atau teknologi kewangan. Teknologi kewangan mempunyai potensi untuk menyediakan penyelesaian kewangan yang inklusif dan efektif yang dapat memenuhi keperluan kewangan semua lapisan masyarakat. Malaysia telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil dalam teknologi kewangan di peringkat global dan serantau di mana hampir 200 syarikat teknologi kewangan tempatan dan asing yang beroperasi di Malaysia sehingga September 2020 (Salim et al., 2020). Justeru, Malaysia telah menjadi salah satu pasaran teknologi kewangan yang paling pesat berkembang di Asia Tenggara. Perkembangan ini bertambah rancak apabila berlakunya pandemik Covid-19 dengan kebanyakan transaksi berlaku atas talian dan ini terus membantu memperluaskan jaringan kepada perkhidmatan kewangan semasa (Ziegler et al., 2020).

Malaysia mempunyai kelebihan yang besar dalam memanfaatkan kedudukannya sebagai hab kewangan Islam global (Salim et al., 2020). Ini kerana Malaysia mempunyai persekitaran pengawalseliaan yang teguh, landskap teknologi kewangan yang komprehensif, komuniti kewangan Islam yang suportif dan komitmen kerajaan untuk memperjuangkan ekonomi Islam. Walaubagaimanapun, menurut Salim dan Ilyas. (2020), landskap teknologi kewangan Islam di

Malaysia masih belum memenuhi jangkaan seperti daripada sudut pasaran modal dan landskap takaful, walaupun Malaysia telah menjadi hab bagi produk dan perkhidmatan kewangan Islam.

Meskipun sebahagian besar penyelidik dan pengamal percaya bahawa teknologi kewangan boleh membentuk semula masa depan industri kewangan, namun penggunaannya masih lagi tidak diyakini sepenuhnya (Ryu, 2018). Ini adalah kerana sesetengah pengguna kekal ragu untuk menggunakan teknologi kewangan berikutan risiko yang mungkin terpaksa mereka hadapi seperti risiko kebocoran maklumat peribadi. Ryu juga menyatakan antara risiko yang dihadapi adalah risiko kewangan (kehilangan keuntungan kewangan dan bayaran tambahan), masalah regulasi (ketidakpastian undang-undang untuk diterima pakai) dan masalah operasi (proses atau sistem yang tidak mencukupi). Justeru, adalah penting kepada institusi kewangan atau pengamal industri untuk memahami sejauhmana pengguna bersedia terhadap penggunaan perkhidmatan teknologi kewangan.

Maklumat ini penting bagi membolehkan organisasi lebih memahami dalam menyediakan perkhidmatan teknologi mereka dengan lebih efektif yang memenuhi kehendak pengguna dalam pasaran kewangan. Oleh kerana teknologi berkembang dengan sangat pantas, maka adalah penting bagi pemain kewangan untuk bertindak lebih pantas bagi mengelakkan risiko kehilangan bahagian pasaran. Walaupun industri kewangan Islam sedia ada telah mulai menggunakan digitalisasi sebagai kaedah untuk maju dan berkembang, tetapi perkembangan teknologi kewangan Islam agak perlahan (Razak et al., 2020). Justeru, adalah penting untuk mendapatkan respon daripada pengguna bagi mengenalpasti penerimaan mereka terhadap penggunaan teknologi kewangan kerana kejayaan teknologi kewangan Islam bergantung pada penyertaan pengguna.

Walaupun terdapat banyak kajian lepas yang mengenal pasti faktor yang mempengaruhi tingkah laku penerimaan pengguna terhadap teknologi kewangan, namun kajian terhadap niat penggunaan teknologi kewangan Islam masih terhad (Ryu, 2018; Shaikh et al., 2020), terutamanya dalam konteks Malaysia (Bakhri et al., 2020). Justeru, kajian ini akan mengenalpasti beberapa faktor penentu kepada penggunaan teknologi kewangan Islam iaitu faktor persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan faktor kepercayaan serta menganalisis kaitannya dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam.

KAJIAN LITERATUR

Teknologi Kewangan dan Teknologi Kewangan Islam

Kedua-dua teknologi kewangan dan teknologi kewangan Islam berkongsi definisi yang sama, dengan perbezaan utama ialah berkaitan undang-undang syariah. Teknologi kewangan atau teknologi kewangan Islam adalah bidang baru yang menggabungkan perkhidmatan kewangan dan teknologi maklumat. Ia merujuk kepada jenis perkhidmatan kewangan yang menggabungkan teknologi maklumat dan perkhidmatan kewangan lain seperti pengiriman wang, pembayaran, pengurusan aset dan sebagainya (Kim, 2015). Perkembangan teknologi kewangan Islam menyediakan peluang yang besar untuk negara-negara membangun, kerana ia menyediakan penyelesaian yang kos efektif kepada perkhidmatan kewangan. Pada masa yang sama, ia juga menguji badan-badan pengawalseliaan untuk mengekalkan kestabilan dan melindungi pelabur dan institusi daripada penipuan amalan perdagangan (Rabbani et al., 2020). Islam tidak mempunyai masalah untuk mengamalkan apa-apa inovasi atau teknologi yang tidak melanggar prinsip asas syariah (Atif et al., 2021).

Persepsi Manfaat dan Niat Penggunaan Teknologi Kewangan Islam

Persepsi manfaat adalah merujuk kepada sejauh mana pengguna merasakan teknologi baru itu akan meningkatkan kecekapan kerja pengguna tersebut (Davis, 1985) dan faktor persepsi manfaat ini sering digunakan dalam proses penerimaan sistem maklumat. Ini adalah berdasarkan kepada Model Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989) di mana model ini mengatakan bahawa persepsi manfaat akan memberi kesan kepada tingkah laku yang mengakibatkan hasil negatif atau positif terhadap niat tingkah laku yang membawa kepada penentuan penggunaan.

Sebagai seorang pengguna yang telah biasa dengan amalan sedia ada samada proses kerja, kaedah, alatan mahupun teknologi, pasti mempunyai ketidakselesaan untuk mengubah pendekatan masing-masing kepada sesuatu yang baharu. Justeru, perlu ada justifikasi kepada perubahan penggunaan tersebut yang akan memberikan nilai tambah bagi meyakinkan pengguna. Oleh itu, seseorang yang merasakan mereka mendapat manfaat daripada sesuatu kaedah, alat, mahupun teknologi yang baharu akan bertindak untuk menggunakannya (hasil positif) dan bagi mereka yang tidak melihat manfaat daripada perubahan tersebut akan mengelak untuk menggunakannya (hasil negatif).

Kajian lepas menunjukkan kaitan di antara persepsi manfaat dan niat penggunaan seseorang terhadap perkhidmatan teknologi kewangan (Meyliana et al. 2019; Niswah et al. 2019; Shaikh et al. 2020). Nishwah et al. (2019) dalam kajian mereka meneroka faktor-faktor yang mempengaruhi niat milenium Muslim dalam memberi sumbangan menggunakan teknologi kewangan juga mendapati persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. Begitu juga dengan kajian yang dijalankan oleh Shaikh et al. (2020) yang menganalisis faktor-faktor dalam mempengaruhi penerimaan pelanggan bank terhadap perkhidmatan teknologi kewangan Islam di Malaysia, menunjukkan bahawa persepsi manfaat mempunyai hubungan yang signifikan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Niat Penggunaan Teknologi Kewangan Islam

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tahap usaha yang terlibat dalam menggunakan teknologi baru (David, 1985). Dalam kajian ini, ia merujuk kepada sejauh mana persepsi pengguna percaya bahawa penggunaan teknologi kewangan Islam adalah mudah. Persepsi kemudahan penggunaan atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu elemen utama dari model TAM dan ia juga merupakan faktor yang kuat terhadap pengaruh penggunaan sesuatu teknologi dan tingkah laku pengguna.

Apabila seseorang merasakan perkhidmatan teknologi yang ditawarkan kepada mereka hanya memerlukan usaha yang sedikit dan mudah dipelajari ia akan memberi kesan positif lalu mendorong niat mereka untuk menggunakannya, manakala apabila mereka merasakan teknologi yang ditawarkan adalah rumit, sukar dan memerlukan usaha yang banyak maka mereka akan rasa terbeban dimana ia akan membawa kepada kesan negatif, ini membuatkan niat pengguna menurun terhadap perkhidmatan yang ditawarkan. Justifikasi ini membawa kepada penambahan nilai perubahan pengguna bagi meningkatkan keselesaan dalam perkhidmatan yang sedia ada.

Kajian lepas yang mendapati persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan memberi kesan kepada niat penggunaan terhadap pembayaran mudah alih (Wong et al., 2019; Hasan et al., 2021). Satu kajian yang dilakukan oleh Shaikh et al., (2020), berkaitan penerimaan perkhidmatan teknologi Islam dalam kalangan pengguna bank dipengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Kajian oleh Hutasoit (2020),

mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi jangkauan pengguna dan organisasi dalam penggunaan teknologi kewangan dalam kajiannya juga mendapati terdapat pengaruh positif yang signifikan.

Kepercayaan dan Niat Penggunaan Teknologi Kewangan Islam

Kepercayaan merupakan idea yang berkaitan dengan keyakinan diri, harapan, kebolehppercayaan, kebergantungan, integriti, dan keupayaan entiti (Wu et al. 2016). Faktor kepercayaan sering menjadi tumpuan penyelidik dalam membincangkan mengenai isu penggunaan selain daripada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan (Hu et al., 2019). Penggunaan sesuatu kaedah, sistem atau teknologi yang baharu melibatkan ketidakpastian dan risiko, justeru faktor kepercayaan sangat penting kepada pengguna bagi mengurangkan risiko terhadap tindakan yang mereka pilih. Bagi penggunaan teknologi kewangan antara risiko-risiko yang mungkin berlaku seperti penipuan dalam talian, penipuan kad kredit, kecurian identiti dan pencerobohan data.

Kajian lepas menunjukkan bahawa faktor kepercayaan adalah sangat penting dalam menentukan kecenderungan penggunaan seseorang untuk menggunakan teknologi baharu. Kajian mendapati kepercayaan terhadap sistem pembayaran mudah alih adalah faktor penting dalam meningkatkan keuntungan perniagaan (Wong et al., 2019). Pengguna tidak akan menukar sistem pembayaran yang biasa mereka lakukan jika mereka ragu-ragu atau tidak mempunyai kepercayaan terhadap sistem tersebut. Justeru terdapat banyak kajian lepas yang menunjukkan kaitan signifikan di antara faktor kepercayaan dan sikap dan niat pengguna (Usman et al. 2020; Wong et al. 2019). Persepsi kepercayaan mempunyai peranan penting dalam meramalkan niat pembelian seseorang dengan mengurangkan persepsi risiko semasa melakukan transaksi (Kim et al. 2017).

Berdasarkan perbincangan berkaitan faktor-faktor penentu kepada niat penggunaan teknologi kewangan Islam seperti yang telah dihuraikan, maka kajian ini menjangkakan hubungan signifikan bagi ketiga-tiga faktor seperti berikut;

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi manfaat dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam

H2: Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam

H3: Terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan borang kaji selidik atas talian (*Google form*) kepada pengguna kewangan Islam di Lembah Klang. Medium atas talian digunakan kerana kerana perintah kawalan pergerakan yang ditetapkan oleh kerajaan disebabkan pandemik Covid-19.

Jumlah keseluruhan responden yang telah menjawab borang soal selidik adalah seramai 88 orang. Walaubagaimanapun, hanya 78 borang kaji selidik sahaja yang dianalisis kerana 10 borang yang diterima tidak lengkap. Bagi tujuan analisis data, kajian ini menggunakan statistik deskriptif, korelasi pearson dan ujian regresi dengan menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 22 bagi menjawab tiga hipotesis yang telah dikemukakan.

Pembolehubah faktor persepsi manfaat menggunakan 7 item yang diadaptasi daripada Fernando et al., 2018, Kelana et al., 2018 dan Hu et al., 2019. Antara contoh soalan yang dikemukakan adalah “Saya rasa penggunaan perkhidmatan teknologi kewangan Islam tidak akan dibatasi oleh sekatan masa dan lokasi. ” dan “Saya rasa dengan menggunakan perkhidmatan perkhidmatan teknologi kewangan Islam saya sedar akan perkembangan teknologi yang sangat besar”.

Bagi pembolehubah faktor persepsi kemudahan penggunaan pula, kajian ini menggunakan 6 item yang diadaptasi daripada Fernando et al., 2018, Kelana et al., 2018 dan Hu et al., 2019. Antara contoh soalan yang dikemukakan adalah “Saya rasa mudah untuk menyelesaikan transaksi kewangan dengan menggunakan perkhidmatan teknologi kewangan Islam” dan “Saya rasa senang mempelajari perkhidmatan teknologi kewangan Islam tanpa menghabiskan banyak masa”.

Manakala bagi pembolehubah faktor kepercayaan menggunakan 5 item yang diadaptasi daripada Fernando et al., 2018 dan Hu et al., 2019. Antara contoh soalan yang dikemukakan adalah “Saya percaya institusi kewangan yang menawarkan perkhidmatan teknologi kewangan Islam akan menjaga keselamatan maklumat peribadi saya” dan “Saya yakin sistem transaksi perkhidmatan teknologi kewangan Islam selamat digunakan”.

Pembolehubah faktor niat penggunaan teknologi kewangan Islam pula menggunakan 7 item yang diadaptasi daripada Ramos dan Martinez (2016) dan Hu et al. (2019). Antara contoh soalan yang dikemukakan adalah “Saya merancang untuk menggunakan perkhidmatan teknologi kewangan Islam pada bulan-bulan berikutnya” dan “Saya akan mengesyorkan perkhidmatan Fintech kepada rakan-rakan saya”.

Kesemua item menggunakan lima skala pilihan iaitu daripada skala 1 bermaksud “Sangat Tidak Setuju” hingga skala 5 bermaksud “Sangat Setuju”. Kesemua pembolehubah dalam kajian ini mempunyai kebolehpercayaan cronbach alpha melebihi 0.8.

DAPATAN KAJIAN

Analisis Demografi Responden

Analisis latar belakang responden dijalankan dengan melihat taburan kekerapan latar belakang responden (Jadual 1).

Berdasarkan Jadual 1 , majoriti responden adalah perempuan iaitu seramai 48 orang (61.5%) manakala selebihnya adalah lelaki iaitu 30 orang (38.5%). Kebanyakan responden berumur antara 26 tahun hingga 35 tahun iaitu seramai 26 orang (33.3%), manakala kategori umur yang paling rendah adalah daripada golongan yang berumur 46 tahun ke atas iaitu seramai 5 orang (6.4%). Golongan dalam lingkungan umur yang kedua tinggi adalah yang berumur antara 36 tahun hingga 45 tahun iaitu seramai 25 orang (32.1%). Bakinya iaitu seramai 22 orang (28.2%) adalah responden yang berumur antara 18 tahun hingga 25 tahun.

Jadual 1: Taburan Demografi Responden

Demografi	Nilai	Kekerapan	Peratusan
Jantina	Lelaki	30	38.5
	Perempuan	48	61.5

Umur	18 tahun hingga 25 tahun	22	28.2
	26 tahun hingga 35 tahun	26	33.3
	36 tahun hingga 45 tahun	25	32.1
	46 tahun ke atas	5	6.4
Bangsa	Melayu	76	97.4
	Cina	2	2.6
Agama	Islam	76	97.4
	Budha	1	1.3
	Kristian	1	1.3
Tahap pendidikan tertinggi	Diploma	17	21.8
	Ijazah Sarjana Muda	40	51.3
	Ijazah Sarjana	18	23.1
	Ijazah Doktor Falsafah	3	3.8
Pendapatan bulanan	RM999.99 ke bawah	19	24.4
	RM1,000 hingga RM2,499.99	22	28.2
	RM2,500 hingga RM3,499.99	19	24.4
	RM3,500 ke atas	18	23.1

Majoriti responden yang terlibat dalam kajian ini adalah berbangsa Melayu iaitu seramai 76 orang (97.4%) dan selebihnya iaitu 2 orang (2.6%) adalah responden berbangsa Cina. Kebanyakan responden beragama Islam iaitu seramai 76 orang (97.4%), diikuti agama Buddha dan Kristian masing-masing terdapat seorang responden sahaja (1.3%). Untuk latarbelakang pendidikan, didapati seramai 40 orang (51.3%) memiliki Ijazah Sarjana Muda, 18 orang (23.1%) Ijazah Sarjana, 17 orang (21.8%) Diploma, manakala baki iaitu seramai 3 orang (3.8%) memiliki Ijazah Doktor Falsafah. Hasil kajian mendapati bahawa terdapat 22 orang (28.2%) yang mempunyai pendapatan antara RM1,000 hingga RM2,499.99. Responden yang mempunyai pendapatan RM3,500 adalah kumpulan yang paling rendah iaitu 18 orang (23.1%). Manakala terdapat dua kumpulan yang mempunyai jumlah responden yang sama iaitu seramai 19 orang (24.4%) iaitu daripada kumpulan yang berpendapatan RM2,500 hingga RM3,499.99 dan RM999.99 ke bawah.

Pengujian Hipotesis

Analisis statistik untuk menguji hipotesis dilakukan menggunakan ujian korelasi dan regresi. Jadual 2 memaparkan sebahagian daripada analisis deskriptif yang merangkumi nilai purata dan sisihan piawai dan juga analisis inferensi iaitu korelasi di antara konstruk.

Jadual 2: Skor Min, Sisihan Piawai dan Korelasi, Cronbach Alpha

	Min	SP	1	2	3	4
1. Persepsi manfaat	4.42	0.56	1	(0.923)		
2. Persepsi kemudahan penggunaan	4.16	0.60	0.699**	1	(0.837)	
3. Kepercayaan	4.28	0.55	0.561**	0.631**	1	(0.895)
4. Niat	4.31	0.63	0.697**	0.582**	0.492**	1 (0.925)

Nota: SP (sisihan piawai)**p < 0.05 (2-tailed).

Keputusan analisis korelasi menunjukkan hubungan *bivariate* di antara pemboleh-pemboleh ubah dalam kajian ini di mana kesemua pembolehubah mempunyai korelasi dengan niat

menggunakan teknologi kewangan Islam. Manakala, nilai min yang paling tinggi adalah pembolehubah persepsi manfaat yang memperoleh nilai min 4.42 manakala nilai min yang paling rendah adalah pembolehubah persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai min 4.16.

Keputusan ujian regresi dalam Jadual 3 menunjukkan persepsi manfaat memainkan peranan penting dalam meningkatkan niat penggunaan dengan nilai beta 0.544, ($p < 0.01$). Justeru, Hipotesis 1 disokong. Dapatan menunjukkan persepsi manfaat menerangkan sebanyak 50.9 % dalam meningkatkan niat penggunaan teknologi kewangan Islam. Ini menunjukkan bahawa persepsi manfaat sangat menyumbang dalam meningkatkan niat pengguna terhadap penggunaan teknologi kewangan Islam.

Jadual 3: Keputusan Regresi Bagi Niat Menggunakan Teknologi Kewangan Islam

	Model	β	t	P	R ²
1	Persepsi manfaat	0.544	4.669	0.000	0.509
2	Persepsi kemudahan penggunaan	0.138	1.110	0.271	
3	Kepercayaan	0.100	0.928	0.356	

Nota: ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

Sementara itu, bagi hubungan faktor persepsi kemudahan penggunaan dan kaitannya dengan niat menggunakan teknologi kewangan Islam, kajian ini tidak dapat membuktikan secara empirikal kaitan tersebut berdasarkan keputusan regresi $\beta = 0.138$, $p > 0.05$. Begitu juga hasil yang diperoleh bagi kaitan pembolehubah kepercayaan dan niat menggunakan teknologi kewangan Islam juga tidak mempunyai hubungan signifikan dengan niat menggunakan teknologi kewangan Islam ($\beta = 0.100$, $p > 0.05$). Maka diputuskan bahawa H₂ dan H₃ tidak disokong.

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Secara keseluruhannya kajian ini merumuskan bahawa terdapat korelasi yang positif antara pembolehubah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan dengan niat penggunaan teknologi kewangan Islam di mana dengan peningkatan persepsi manfaat, kepenggunaan dan kepercayaan pengguna mereka terhadap sesuatu teknologi akan meningkatkan niat mereka untuk menggunakan teknologi kewangan Islam tersebut. Namun demikian, bagi melihat sejauhmana signifikan kaitan di antara pembolehubah tersebut, kajian mendapati hanya persepsi manfaat mempunyai hubungan yang signifikan dengan niat menggunakan teknologi kewangan, manakala persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan tidak menunjukkan kaitan yang signifikan.

Hasil kajian menunjukkan persepsi manfaat oleh pengguna mempunyai peranan yang besar dalam menentukan niat penggunaan teknologi kewangan Islam. Justeru, syarikat teknologi kewangan Islam perlu mengambil tindakan jika mereka dapat memberikan perkhidmatan yang lebih berguna dan bermanfaat, maka mereka akan dapat mengekalkan pelanggan semasa dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Kajian lepas turut mendapati bahawa persepsi manfaat adalah signifikan dalam mempengaruhi penerimaan teknologi kewangan Islam (Shaikh et al., 2020; Nishwah et al., 2019)

Walaupun bagaimanapun, bagi melihat kaitan di antara faktor persepsi kemudahan penggunaan dan kaitannya dengan niat menggunakan teknologi kewangan Islam, kajian ini tidak menemukan kaitan signifikan. Penemuan ini tidak konsisten dengan kajian Usman et al. (2020) yang mendapati bahawa kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang ketara dan signifikan terhadap sikap dan niat. Berkemungkinan besar responden dalam kajian ini beranggapan bahawa perkhidmatan teknologi kewangan Islam yang disediakan masih belum berada di tahap yang dijangkakan. Keadaan ini mengurangkan niat untuk menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan kerana mereka menganggap perkhidmatan tersebut adalah rumit. Walaupun kebanyakan kajian lepas menunjukkan kaitan signifikan, namun terdapat juga kajian lepas yang mendapati keputusan sebaliknya (Agustiningasih et al., 2021). Misalnya, kajian Agustiningasih et al., (2021), mendapati persepsi kemudahan penggunaan tidak memberi pengaruh akan niat penggunaan teknologi kewangan Islam untuk menderma dalam kalangan pengguna muda di Indonesia.

Begitu juga hasil yang diperoleh bagi kaitan pemboleh ubah kepercayaan dan niat menggunakan teknologi kewangan Islam juga adalah tidak mempunyai hubungan signifikan dengan niat menggunakan teknologi kewangan Islam. Dapatan ini bertentangan dengan hasil kajian lepas (Siti Nur Liyana & Mohd Hasimi 2020) yang menunjukkan bahawa faktor kepercayaan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pengguna teknologi kewangan. Ini menunjukkan bahawa kemungkinan penggunaan perkhidmatan teknologi kewangan Islam yang ditawarkan tidak bergantung pada kepercayaan responden terhadap penyedia perkhidmatan dan apabila tingkat kepercayaan responden rendah maka niat penggunaan mereka juga akan menurun. Walaupun keputusan kajian ini tidak seperti dijangka, ia berkemungkinan disebabkan oleh faktor-faktor lain yang lebih mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi kewangan. Terdapat juga kajian lepas yang tidak menemukan kaitan signifikan di antara faktor kepercayaan dan niat pengguna terhadap teknologi kewangan (Lee et al 2019, Yuwono et al., 2021). Lee et al., (2019) mendapati persepsi kepercayaan tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap niat penggunaan *blockchain* terhadap pelajar dan pakar teknologi dalam beberapa organisasi di Amerika Syarikat.

Walaupun kajian ini telah dapat menjawab semua objektif yang dikemukakan bagi melihat hubungan di antara faktor penentu dan niat pengguna terhadap teknologi kewangan Islam, namun beberapa limitasi (seperti jumlah responden yang terhad dan majoriti responden daripada bangsa tertentu sahaja) menghadkan dapatan kajian yang lebih komprehensif. Sehubungan dengan itu, dicadangkan supaya kajian yang akan datang mengambil kira bilangan responden yang lebih ramai serta memilih responden yang berbilang bangsa bagi mendapatkan hasil kajian yang lebih menyeluruh.

Secara teorinya, dapatan kajian ini menyumbang kepada pengembangan kerangka teori dalam konteks teknologi kewangan Islam. Kajian ini memperkenalkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menggabungkan pemboleh ubah baru, iaitu faktor kepercayaan. Kajian ini boleh diperluaskan dengan menambah faktor lain yang berkaitan dengan niat penggunaan dan mengukur tahap kefahaman masyarakat tentang teknologi kewangan Islam serta implikasi yang diperoleh setelah memilih untuk menggunakan teknologi kewangan Islam. Hasil kajian ini turut menyumbang kepada perkembangan ilmu terhadap kajian lepas berkaitan teknologi kewangan Islam yang telah dilaksanakan oleh penyelidik terdahulu. Di sebaliknya, kesusasteraan berkaitan topik ini turut berkembang selaras dengan penemuan kajian yang diperoleh oleh penyelidik malah penyelidikan selanjutnya dicadangkan untuk menentukan hubungan kesemua pemboleh ubah tidak bersandar secara konklusif.

Secara praktikal, kajian ini memberikan maklumat penting bagi ahli industri, terutamanya pengurus syarikat, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi kewangan Islam. Seperti, Industri teknologi kewangan Islam mesti menyediakan sistem yang selamat, cepat, dan mudah untuk melakukan transaksi. Oleh itu, ahli perniagaan dapat merumuskan dan membina strategi yang sesuai untuk meningkatkan minat penduduk terhadap perkhidmatan yang mereka tawarkan. Ini boleh membawa kepada kejayaan dan peningkatan dalam penggunaan teknologi kewangan Islam dapat dicapai.

RUJUKAN

- Ab Razak, Muhammad Ilyas Bin & Mohd Dali, Nur Akma & Manaf, Azwina Wati. (2020). Embracing New World of Islamic Fintech in Malaysia: Moving Towards Digitalisation Era.
- Abidin, S. N. L. Z., & Yaacob, M. H. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fintech dalam kalangan Pengguna di Malaysia. *Jurnal Wacana Sarjana*, 4(2), 1-13. <http://spaj.ukm.my/jws/index.php/jws/article/view/270/218>
- Agustiningsih, M. D., Savitrah, R. M., & Lestari, P. C. A. (2021). Indonesian young consumers' intention to donate using sharia fintech. *Asian Journal of Islamic Management*, 3(1), 34-44.
- Atif, M., Hassan, M. K., Rabbani, M. R., & Khan, S. (2021). Islamic FinTech: The digital transformation bringing sustainability to Islamic finance. In *COVID-19 and Islamic Social Finance* (pp. 94-106). Routledge.
- Bakri, M. H., & Yahaya, S. N. (2020). Conceptualization of Spiritual Intelligence Quotient (SQ) in the Islamic Fintech Adoption. *Islāmiyyāt*, 42(1), 113-122. <https://ejournal.ukm.my/Islamiyyat/article/view/40753>
- Chua, Y.P. (2014). *Asas Statistik Penyelidikan*. McGraw-Hill Malaysia.
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Hasan, R., Ashfaq, M., & Shao, L. (2021). Evaluating Drivers of Fintech Adoption in the Netherlands. *Global Business Review*, 09721509211027402.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3), 340.
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Bin, R. L. L. (2018). Preliminary Study on consumer attitude towards FinTech products and services in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 166-169.
- Hutasoit, S. H. H. (2020). Niat Adopsi Fintech Di Indonesia: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).
- Kim, S. Y., Kim, J. U., & Park, S. C. (2017). The effects of perceived value, website trust and hotel trust on online hotel booking intention. *Sustainability*, 9(12), 2262.
- Lee, C. C., Kriscenski, J. C., & Lim, H. S. (2019). An Empirical Study of Behavioral Intention to Use Blockchain Technology. *Journal of International Business Disciplines*, 14(1).
- Lee, T. H. and Kim, H. W. (2015), "An exploratory study on fintech industry in Korea: Crowdfunding case," *Proceedings in International Conference on Innovative*

- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), 1-20. https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2020/08/Memon-et-al_JASEM_-Editorial_V4_Iss2_June2020.pdf.
- Meyliana, M., & Fernando, E. (2019). The influence of perceived risk and trust in adoption of fintech services in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 13(1), 31-37.
- Nawayseh, M. K. A. (2020). FinTech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of FinTech Applications?. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1-15. https://www.researchgate.net/publication/346060656_FinTech_in_COVID-19_and_Beyond_What_Factors_Are_Affecting_Customers'_Choice_of_FinTech_Applications
- Niswah, F. M., & Legowati, D. A. (2019). Muslim millennial's intention of donating for charity using fintech platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623-644.
- Nofie Iman | (2020) The rise and rise of financial technology: The good, the bad, and the verdict, *Cogent Business & Management*, 7:1, 1725309 <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23311975.2020.1725309?needAccess=true>
- Nunnally. J.C. & Bernstein. I.H. 1994. *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nurfadilah, D., & Samidi, S. (2021). How The Covid-19 Crisis is Affecting Customers'intention to Use Islamic Fintech Services: Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7, 83-114.
- Rabbani, M. R., Khan, S., & Thalassinou, E. I. (2020). FinTech, blockchain and Islamic finance: An extensive literature review. https://www.um.edu.mt/library/oar/bitstream/123456789/54860/1/FinTech_Blockchain_and_Islamic_Finance_An_ExtensiveLiterature_Review.pdf
- Ryu, H. S. (2018, January). Understanding benefit and risk framework of fintech adoption: Comparison of early adopters and late adopters. In *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/50374/paper0487.pdf>
- Salim, K, Abojeib, M.& Baharom, AH. (2020). *Islamic Fintech in Malaysia: Reality & Outlook*. Kuala Lumpur: The International Centre for Education in Islamic Finance (INCEIF). [https:// Islamicmarkets.com/publications/ Islamic-fintech-in-malaysia-reality-outlook-2020-21](https://Islamicmarkets.com/publications/Islamic-fintech-in-malaysia-reality-outlook-2020-21)
- Salim, K., & Ilyas, A. (2020). Challenges Facing Malaysia in Expanding its Islamic Fintech Landscape & Possible Remedies. *International Journal Of Islamic Economics*, 2(01), 1-18. doi:10.32332/ijie.v2i01.2250
- Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model. *foresight*. https://www.researchgate.net/publication/340987313_Acceptance_of_Islamic_financial_technology_FinTech_banking_services_by_Malaysian_users_an_extension_of_technology_acceptance_model
- Tiwi Kamidin (2018). <https://www.slideshare.net/kamektok2011/minggu-2-reka-bentuk-penyelidikan> Minggu 2 reka bentuk penyelidikan

- Usman, H., Mulia, D., Chairy, C., & Widowati, N. (2020). Integrating trust, religiosity and image into technology acceptance model: the case of the Islamic philanthropy in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://sci-hub.se/10.1108/JIMA-01-2020-0020>
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A study of consumer intention of mobile payment in Hong Kong, based on perceived risk, perceived trust, perceived security and Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science* Vol, 7(2), 33-38.
- Yuwono, W., & Sari, N. (2021). Analysis Of The Variables Driving The E-Payment Intensity Among College Students. *Journal Of Business Studies And Management Review*, 4(2), 173-178.
- Ziegler, T., Zhang, B. Z., Carvajal, A., Barton, M. E., Smit, H., Wenzlaff, K., ... & Sims, H. (2020). The Global Covid-19 FinTech Market Rapid Assessment Study. http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Covid19_FinTech_Market_Rapid_Assessment_Study_2020.pdf