

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa Latin *movere* yang artinya ‘menggerakkan’.⁹ Motivasi adalah sesuatu yang bertanggung jawab atas pilihan individu terhadap alternatif perilaku yang tersedia. Motivasi adalah sesuatu yang dapat menjelaskan mengapa seseorang memilih satu perilaku di antara perilaku-perilaku lain yang tersedia. Pengertian motivasi ini disebut sebagai “*motivation as a choice*”.¹⁰

Menurut M. Utsman Najati dalam bukunya Abdul Rahman Shaleh, motivasi adalah kekuatan penggerak yang membangkitkan aktivitas pada makhluk hidup, dan menimbulkan tingkah laku serta mengarahkannya menuju tujuan tertentu. Motivasi memiliki tiga komponen pokok, yaitu:¹¹

- 1) Menggerakkan. Dalam hal ini motivasi menimbulkan kekuatan pada individu, membawa seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu.

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 154.

¹⁰ Bagus Riyono, *Motivasi dengan Perspektif Psikologi Islam*. (Yogyakarta: Quality Publishing, 2012), hlm. 39-40.

¹¹ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hlm. 183.

- 2) Mengarahkan. Berarti motivasi mengarahkan tingkah laku. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu.
- 3) Menopang. Artinya, motivasi digunakan untuk menjaga dan menopang tingkah laku, lingkungan sekitar harus menguatkan intensitas dan arah dorongan-dorongan dan kekuatan-kekuatan individu.

Menurut Hoyt dan Miskel motivasi adalah kekuatan-kekuatan yang kompleks, dorongan-dorongan, kebutuhan-kebutuhan, pernyataan-pernyataan ketegangan (*tension states*), atau mekanisme-mekanisme lainnya yang memulai dan menjaga kegiatan-kegiatan yang diinginkan ke arah pencapaian tujuan-tujuan personal.¹²

Menurut American Encyclopedia, motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topanan dan tindakan.¹³

Dari paparan pengertian di atas, kesimpulan menurut penulis motivasi adalah sesuatu dalam keadaan diri manusia atau dari luar diri (lingkungan) yang mendorong untuk melakukan aktivitas tertentu atau bertindak guna mencapai suatu tujuan.

¹² Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar...*, hlm. 183

¹³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis...*, hlm.155.

b. Motivasi dalam Perspektif Islam

Dalam Al-Qur'an ditemukan beberapa *statement* baik secara eksplisit maupun implisit menunjukkan beberapa bentuk dorongan yang memengaruhi manusia. Dorongan-dorongan dimaksud dapat berbentuk instingtif dalam bentuk dorongan naluriah, maupun dorongan terhadap hal-hal yang memberikan kenikmatan.¹⁴

QS. Ar-Rum (30) ayat 30:¹⁵

فَاقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ
لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ¹⁶

Artinya: *Maka, hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.*¹⁶

Ayat tersebut menekankan sebuah motif bawaan dalam wujud *fitrah*, Sebuah potensi dasar. Potensi dasar yang memiliki makna sifat bawaan, mengandung arti bahwa sejak diciptakan manusia memiliki sifat bawaan yang menjadi pendorong untuk melakukan berbagai macam bentuk perbuatan, tanpa disertai dengan

¹⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar...*, hlm.196.

¹⁵ *Ibid.*,

¹⁶ Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>

peran akal, sehingga terkadang manusia tanpa disadari bersikap dan bertingkah laku untuk menuju pemenuhan fitrahnya.¹⁷

c. Motivasi Berinfaq Sedekah

Motivasi memiliki peranan yang sangat strategis dalam aktivitas seseorang. Agar peranan motivasi lebih optimal, maka motivasi tidak hanya untuk diketahui tetapi juga harus diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Begitu pula dengan berinfaq sedekah, motivasi berperan penting dalam kegiatan tersebut. Motivasi ini dapat diperoleh dengan mengetahui keutamaan infaq dan sedekah, yaitu:¹⁸

1. Dapat menghapus dosa dan kesalahan.
2. Dapat menolak bala.
3. Dapat menolak kematian secara buruk.
4. Orang yang bersedekah akan mendapat naungan Allah Swt pada hari kiamat.
5. Sedekah dapat menambah umur (umur menjadi panjang atau bertambah berkah), serta akan dihilangkan sikap takabur dan angkuh pada orang yang bersedekah.
6. Malaikat akan mendoakan orang yang bersedekah.

¹⁷ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar...*, hlm. 197

¹⁸ Mardani, *Hukum Islam: Zakat Infaq Sedekah dan Wakaf*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2016), hlm. 141-43

Motivasi Berinfaq Sedekah pada Al-Qur'an dan Hadis:

QS Al-Baqarah (2) ayat 245:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضِعَّهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ

يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ^ط وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya: Siapakah yang mau memberi pinjaman yang baik kepada Allah? Dia akan melipatgandakan (pembayaran atas pinjaman itu) baginya berkali-kali lipat. Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki). Kepada-Nyalah kamu dikembalikan.¹⁹

QS Saba (34) ayat 39:

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ

شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ^ع وَهُوَ خَيْرُ الرِّزْقِينَ

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezeki kepada siapa yang Dia kehendaki di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkannya.” Suatu apa pun yang kamu infakkan pasti Dia akan menggantinya. Dialah sebaik-baik pemberi rezeki.²⁰

¹⁹ Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>

²⁰ *Ibid.*,

عَلَيْكَ أَنْفِقُ! أَدَمَ يَا بَنَ : وَتَعَالَى تَبَارَكَ اللَّهُ قَالَ

“Allah Yang Mahasuci lagi Mahatinggi berfirman, ‘Wahai anak Adam!’ berinfaklah, niscaya Aku berinfak (memberik rizki kepadamu)” (HR. Muslim).²¹

النَّارَ الْمَاءُ يُطْفِئُ كَمَا الْخَطِيئَةَ تُطْفِئُ وَالصَّدَقَةُ

“Sedekah menghapuskan kesalahan, sebagaimana air memadamkan api.”²²

d. Macam- macam Motivasi

Woodworth dan Marquis menggolongkan motivasi menjadi tiga macam, yaitu:²³

- 1) Kebutuhan-kebutuhan organis, yaitu motivasi yang berkaitan dengan kebutuhan dengan dalam, seperti: makan, minum, kebutuhan bergerak dan istirahat, dan sebagainya.
- 2) Motivasi darurat, mencakup dorongan untuk menyelamatkan diri, dorongan untuk membalas, dorongan untuk berusaha, dorongan untuk membalas, dorongan untuk mengejar, dan sebagainya.

²¹ Almanhaj, “Berinfaq di Jalan Allah” (<https://almanhaj.or.id/943-berinfaq-di-jalan-allah.html>), diakses pada 10 Juli 2023, 17.00

²² Almanhaj, “Keutamaan dan Manfaat Sedekah” (<https://almanhaj.or.id/943-berinfaq-di-jalan-allah.html>), diakses pada 10 Juli 2023, 17.00

²³ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar...*, hlm. 193.

Motivasi ini timbul jika situasi menuntut timbulnya kegiatan yang cepat dan kuat dari diri manusia.

- 3) Motivasi objektif, yaitu motivasi yang diarahkan kepada objek atau tujuan tertentu disekitar kita, motif ini mencakup kebutuhan untuk eksplorasi, menipulasi, menaruh minat. Motivasi ini timbul karena dorongan untuk menghadapi dunia secara efektif.

e. Pengukuran Motivasi

Pengukuran motivasi di sini maksudnya adalah yang berhubungan dengan efektivitas motivasi dalam memengaruhi sikap dan tingkah laku manusia. Motivasi menjadi efektif dan tepat sasaran ketika dilakukan sesuai dengan teori dan ditarafkan pada objek yang tepat. Kepastian itu dimungkinkan oleh sebab adanya ketiga fungsi motivasi sebagai berikut:²⁴

- 1) Penolong untuk berbuat dalam mencapai tujuan.
- 2) Penentu arah perbuatan yakni ke arah yang akan dicapai.
- 3) Penyeleksi perbuatan sehingga perbuatan manusia senantiasa selektif dan tetap terarah kepada tujuan yang ini dicapai.

f. Dimensi Motivasi

Adapun dimensi dari motivasi yaitu:²⁵

- 1) Intrinsik, ialah motivasi yang berasal dari diri seseorang itu sendiri tanpa dirangsang dari luar. Motif intrinsik juga diartikan

²⁴Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar...*, hlm. 204.

²⁵*Ibid.*, hlm.194

sebagai motivasi yang pendorongnya ada kaitan langsung dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam tujuan pekerjaan sendiri. Motivasi intrinsik dalam berinfaq sedekah disini adalah berinfaq sedekah dengan adanya keinginan yang timbul dari dirinya sendiri, karena seseorang ingin membantu dan mengeluarkan sebagian hartanya untuk orang tersebut yang membutuhkan.

2) Ekstrintik, yaitu motivasi yang datang karena adanya ransangan dari luar. Motivasi ekstrinsik ini juga dapat diartikan sebagai motivasi yang pendorongnya tidak ada hubungannya dengan nilai yang terkandung dalam tujuan pekerjaannya. Motivasi ekstrinsik dalam berinfaq sedekah disini adalah berinfaq sedekah dengan adanya dorongan yang timbul dari melihat atau dengan adanya ajakan dari seseorang untuk melakukan infaq sedekah sehingga seseorang dapat termotivasi untuk melakukan hal tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sesuai dengan spesifikasi dan yang konsumen inginkan. Wijaya (2011) menjelaskan bahwa kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Pengertian kualitas adalah paduan sifat-sifat produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung atau tak langsung,

baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan.²⁶

Jasa/Layanan adalah aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa/Layanan (*service*) adalah tindakan atau kerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.²⁷

Kualitas pelayanan yaitu seluruh aktifitas yang dilakukan perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan. Pelayanan dapat diartikan sebagai jasa yang ditawarkan dari perusahaan kepada masyarakat yang berupa kemampuan dalam memberi kemudahan, kecepatan serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Kualitas layanan jasa elektronik menurut Pasasuraman dalam Tjiptono bahwa kualitas layanan jasa elektronik merupakan sebuah aplikasi/website yang efektif dan efisien yang memfasilitasi masyarakat dalam menggunakan layanan online.²⁸

²⁶ Wiwik Sulistiyowati. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018), hlm. 3

²⁷ *Ibid.*, hlm. 4

²⁸ Achmad Affandi, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 3, 2019. Diakses pada <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/29782/27289> tanggal 20 November 2022.

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.²⁹

Berdasarkan pengertian di atas, menurut penulis kualitas pelayanan adalah kemampuan dan tindakan dari suatu perusahaan guna memenuhi harapan dan kebutuhan para konsumen atau orang menerimanya.

b. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep kualitas pelayanan dalam Islam menurut Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung menyatakan dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus. Berikut ini adalah beberapa pelayanan dalam Islam yaitu, 1) *Shidiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi, 2) *Amanah dan Fathonah*, yaitu memiliki sifat bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pimpinan yang cerdas, sadar produk dan jasa secara berkelanjutan, 3) *Kreatif, berani dan percaya diri*, yaitu

²⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi EDISI 3- Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm. 90.

mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian, 4) *Tabligh*, yaitu mampu berkomunikasi dengan cerdas, supel, kerja tim, cepat dan tanggap, 5) *Istiqomah*, yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas waktu mendapatkan godaan dan tantangan.³⁰

c. Dimensi Kualitas Layanan

Para ahli pemasaran jasa yang bernama Valerie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman memberikan pandangan tentang dimensi dari kualitas layanan tersebut dalam 5 dimensi dari kualitas layanan yaitu:³¹

- 1) *Tangibles* yang memiliki makna penampakan dari unsur fisik
- 2) *Reliability* yaitu ketepatan dalam memberikan layanan
- 3) *Responsiveness* membantu pelanggan dengan sepenuh hati
- 4) *Assurance* menggambarkan kredibilitas, keamanan, kompetensi dan juga keramahan
- 5) *Empathy* yaitu mudah berkomunikasi, memahami pelanggan dan mudah dihubungi.

³⁰ Didin Hafidudin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 56

³¹ Ujang Surmawan dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. (Bogor: IPB Press, 2018), hlm. 656.

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Kata religiusitas berasal dari bahas Inggris, yaitu dari *religion* dan berubah menjadi *religiosity*. Dalam bahasa Indonesia, istilah tersebut diartikan dalam dua kata, yaitu keberagamaan dan religiusitas. Kata agama memiliki akar kata dari bahasa sansekerta, yaitu kata “a” dan “gama”, dimana “a” artinya tidak dan “gama” artinya kacau, dengan demikian agama berarti tidak kacau atau tertib. Sedangkan pada istilah lain agama memiliki arti peraturan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata religiusitas artinya pengabdian terhadap agama atau kesalehan. Sementara kata keberagamaan memiliki akar kata “beragama”. Kata beragama memiliki tiga makna, yaitu menganut agama, taat kepada agama, dan mementingkan agama.³²

Dalam bahasa Arab, religiusitas memiliki tiga makna, yaitu *takwa*, *wara'*, dan *tadayyun*. Ketiga kata tersebut memberikan makna bahwa religiusitas itu identik dengan sikap taat melaksanakan perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Sikap inilah yang disebut dengan kesalehan hidup. Jadi orang yang religius artinya orang yang saleh dalam hidupnya. Kesalehan memiliki dua dimensi, yaitu dimensi vertikal (*hablun min Allah*) dan

³² Bambang dan Bahrul, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran dan Implementasi di Indonesia*. (Jakarta: Bibliosmia, 2021), hlm. 7.

dimensi horizontal (*hablun min an-nas*) yang biasa disebut dengan kesalehan sosial.³³

Asosiasi psikologi internasional *American Psychological Association* mendefinisikan religiusitas sebagai *the quality or extent of one's religious experience*. Artinya kualitas atau tingkat pengalaman religiusitas seseorang. Religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang ia anut beserta ajaran-ajarannya, yang ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten dengan komitmen tersebut. Secara umum religiusitas banyak dikembangkan dengan kondisi dimana religiusitas berasal dari negara-negara barat yang bukan spesifik pada agama Islam. Seiring perkembangan telah banyak teori yang dapat dipelajari untuk memahami religiusitas dari perspektif islam, religiusitas yang dimaksud dikenal dengan istilah religiusitas Islami.³⁴

Menurut Krauss et al, religiusitas Islami adalah tingkat kesadaran akan Tuhan yang dimengerti menurut pandangan tauhid dari Islam, maka religiusitas Islam dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan, pemahaman, dan penanaman ajaran agama Islam ke dalam kehidupan sehari-hari.³⁵

Religiusitas adalah proses pemasukan nilai-nilai agama pada seorang individu. Pemasukan nilai-nilai artinya berhubungan

³³ Bambang dan Bahrul, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran...*, hlm. 8.

³⁴ *Ibid.*,

³⁵ Bambang dan Bahrul, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran...*, hlm., hlm. 9.

dengan keyakinan akan ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diterapkan dan diaplikasikan kepada aktivitas serta perilaku keseharian. Religiusitas merupakan sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang palingi maknawi.³⁶

Dari pengertian di atas, maka menurut penulis religiusitas adalah tingkat pemahaman dan keyakinan terhadap agama yang dianut, kemudian penanamannya dapat direalisasikan oleh sikap dan perilakunya di dalam kehidupan.

b. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark, ada lima dimensi religiusitas (keagamaan), yaitu:³⁷

1) Dimensi Keyakinan/Ideologik.

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan di mana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Misalnya keyakinan akan adanya malaikat, surga dan neraka.

³⁶ Muhammad Fadhil, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan Gopay*. Veteran Economics, Management, & Accounting Review, Vol. 1, No. 1, 2022. Diakses pada <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/vemar/article/view/4829> tanggal 20 November 2022.

³⁷ Juhana Nasrudin, *Refleksi Keberagaman dalam Sistem Pengobatan Tradisional Masyarakat Pedesaan*. (Depok: PT Rajagrafindo, 2020), hlm. 23.

2) Dimensi Praktik Agama/ Peribadatan.

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, pelaksanaan ritus formal keagamaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik agama ini terdiri atas dua kelas penting, yaitu: (1) Ritual, mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal, praktik-praktik suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakannya. (2) Ketaatan, apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai seperangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal, dan khas pribadi.

3) Dimensi Pengalaman.

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan, persepsi, dan sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan (atau masyarakat) yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas transedental.

4) Dimensi Pengetahuan Agama.

Dimensi ini mengacu pada harapan bagi orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan

mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi-tradisi.

5) Dimensi Konsekuensi.

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Dengan kata lain, sejauh mana implikasi ajaran agama mempengaruhi perilakunya.

4. Minat Nasabah dalam Berinfaq Sedekah Online

a. Minat Nasabah

1) Pengertian Minat

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dari dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya.³⁸

Minat dapat didefinisikan sebagai perasaan suka atau senang yang berasal dari ketertarikan untuk menunjukkan atensi dan tindakan terhadap orang, situasi atau aktivitas yang menjadi

³⁸Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian...*, hlm. 4.

objek atas minat tersebut. Aktivitas yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan akan tercermin pada minat yang ada pada seseorang. Secara sadar seseorang memiliki suatu keinginan yang disebut minat.³⁹

Menurut Sukardi dalam bukunya Ahmad Susanto, minat dapat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu.⁴⁰ Menurut Sumardi Suryabrata dalam bukunya Fahmi Gunawan definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh.⁴¹

Berdasarkan uraian di atas, menurut penulis minat adalah ketertarikan, keinginan dan rasa suka dalam individu terhadap sesuatu untuk mencapai suatu tujuan tertentu sehingga akan mendatangkan suatu kepuasan dalam diri individu tersebut.

2) Minat dalam Perspektif Islam

Dalam kehidupan ini kita akan selalu berkomunikasi atau berhubungan dengan orang lain, benda, situasi dan aktivitas yang terdapat disekitar kita. Dalam berhubungan tersebut kita mungkin bersikap menerima, memberikan atau menolaknya. Apa bila menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut

³⁹ Muhammad Fadhil, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi...*, hlm. 63

⁴⁰ Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. (Jakarta: Penadamedia Group, 2016), hlm. 57.

⁴¹ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian...* hlm. 4.

dengan demikian maka akan cenderung untuk memberikan perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang dituntut dalam Islam. Jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka niat itu tidak ada gunanya.⁴²

Dalam Al-Qur'an pemberian tentang hal ini terdapat pada surat pertama turun. Pada ayat pertama dari surat pertama turun perintah-Nya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntutan untuk membaca cakrawala diri, sehingga dengan kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini. Berikut surah Al- Alaq Ayat 3-5:⁴³

اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ^ق

Artinya: *“Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”*⁴⁴

⁴² PGTK Darunnajah, *Pengertian Minat* (<https://darunnajah.com/pengertian-minat/> diakses pada tanggal 18 Desember 2022, 15.29).

⁴³ PGTK Darunnajah, *Pengertian Minat* (<https://darunnajah.com/pengertian-minat/> diakses pada tanggal 18 Desember 2022, 15.29).

⁴⁴ Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>

Betapapun minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah swt, kepada kita. Upaya kita dalam mengembangkan minat tersebut agar lebih berkembang secara maksimal serta dapat berguna bukan hanya untuk individu itu sendiri, tetapi juga dapat mendatangkan hal positif kepada individu lain serta lingkungan dimapun kita berada.

3) Indikator Minat

Adapun indikator minat yaitu:⁴⁵

- a) Perhatian (*Attention*), pada tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam penjelasan ini penulis menyimpulkan bahwa nasabah yang telah mengenal infaq sedekah online dari aplikasi BSI Mobile akan mempelajari fitur tersebut.
- b) Tertarik (*Interest*), dalam hal ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Pada situasi ini nasabah menunjukkan adanya perhatian dan ketertarikan terhadap

⁴⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 165.

pelayanan dalam fitur infaq sedekah online dan akan mulai mencoba untuk menyalurkannya.

- c) Tindakan (*Action*), pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks infaq sedekah online, nasabah telah memiliki kepercayaan kepada BSI Mobile untuk menyalurkan infaq sedekah.

4) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and Crow faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :⁴⁶

- a) *The Factor Inner Urge/* Faktor Dari Dalam Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat, yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu akan menimbulkan minat tertentu. Dalam faktor ini, menurut penulis motivasi merupakan bagian dari faktor tersebut karena motivasi yang ada dalam diri memberikan dorongan kepada seseorang untuk memilih sesuatu yang berkaitan dengan kepuasan seseorang terhadap pilihannya.

⁴⁶ Makmun Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta: Aswaraja Presindo, 2014), hlm. 190.

- b) *The Factor of Social Motive*/ Faktor Motif Sosial. Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Faktor motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial. Dalam faktor ini, menurut penulis motivasi juga merupakan bagian dari faktor ini dilihat dari sisi eksternalnya akan lingkungan sosial yang berasal dari luar diri sendiri (eksternal).
- c) *Emotional Factor*/ Faktor Emosional Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Faktor emosional atau perasaan artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada.⁴⁷ Dalam faktor ini, menurut penulis religiusitas dan kualitas pelayanan merupakan bagian dari faktor tersebut. Religiusitas yaitu dengan adanya pemahaman nilai-nilai agama terhadap adanya perasaan dan perhatian terhadap sesama manusia untuk saling tolong, salah satunya dengan berinfaq sedekah. Lalu, jika seseorang diberikan kualitas

⁴⁷ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian: Pendidikan...* hlm. 5.

pelayanan yang sesuai harapan dan memuaskan dari suatu lembaga tersebut, maka nasabah tersebut akan merasa senang dan berminat untuk menggunakan layanan yang diberikat, salah satunya dalam fitur infaq sedekah online di BSI Mobile.

b. Infaq

1) Pengertian Infaq

Infaq berasal dari kata *anfaqa* berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut terminologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam.⁴⁸

Infaq menurut istilah para ulama diartikan sebagai perbuatan atas sesuatu yang diberikan oleh seseorang untuk menutupi kebutuhan orang lain, baik berupa makanan, minuman, dan sebagainya, juga mendermakan atau memberikan sesuatu kepada orang lain berdasarkan rasa ikhlas dan karena Allah Swt.⁴⁹

Menurut Ahmad Hasan Ridwan, infak adalah mengeluarkan harta tertentu untuk dipergunakan bagi suatu kepentingan yang diperintahkan oleh Allah Swt. diluar zakat.⁵⁰

⁴⁸ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat Infaq dan Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani, 1998), hlm. 14

⁴⁹ Mardani, *Hukum Islam: Zakat Infaq Sedekah dan Wakaf*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2016), hlm. 115.

⁵⁰*Ibid.*, hlm. 116.

Berdasarkan uraian diatas, menurut penulis infaq adalah mengeluarkan sebagian harta yang jumlahnya tidak ditentukan atau sesuai kemampuannya dengan ikhlas, infaq tersebut ditujukan untuk diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan dan untuk kemaslahatan umum.

2) Dasar Hukum Infaq

Perintah berinfaq terdapat dalam QS Al-Baqarah (2) ayat 261:⁵¹

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ
فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Mahaluas lagi Maha Mengetahui.⁵²

Hadis:

اللَّهُمَّ: أَحَدُهُمَا فَيَقُولُ، يَنْزِلَانِ مَلَكَانِ إِلَّا فِيهِ الْعِبَادُ يُصْبِحُ يَوْمَ مِنْ مَا
تَلَّفَا مُمْسِكًا أَعْطَى اللَّهُمَّ: الْآخِرُ وَيَقُولُ خَلْفًا مُنْفِقًا أَعْطَى

⁵¹Mardani, *Hukum Islam...*, hlm. 117.

⁵² Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>

“Tidaklah para hamba berada di pagi hari kecuali di dalamnya terdapat dua malaikat yang turun. Salah satunya berdo’a, ‘Ya Allah, berikanlah kepada orang yang berinfaq ganti (dari apa yang ia infakkan)’. Sedang yang lain berkata, ‘Ya Allah, berikanlah kepada orang yang menahan (hartanya) kebinasaan (hartanya)’” (HR. Imam Al-Bukhari dan Abu Hurairah)⁵³

3) Ketentuan Berinfaq

Menurut M. Zaidi Abdad dalam bukunya, di dalam Al-Quran terdapat beberapa ketentuan yang harus dilakukan dalam berinfaq, diantaranya sebagai berikut:⁵⁴

- a) Harus didahulukan kepada orang-orang yang memiliki hubungan terdekat dengan orang yang berinfaq. Misalnya, kedua orang tua, kerabat dekat dan seterusnya.
- b) Setekah itu, kepada anak yatim, orang-orang miskin, dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan.

⁵³Almanhaj, “Berinfaq di Jalan Allah” (<https://almanhaj.or.id/943-berinfaq-di-jalan-allah.html>), diakses pada 10 Juli 17.00).

⁵⁴Mardani, *Hukum Islam...*, hlm. 121

4) Keutamaan Berinfaq

Adapun keutamaan beinfaq, yaitu:⁵⁵

- a) Orang yang berinfaq di jalan Allah akan diganti oleh-Nya dengan penggantian yang berlimpat ganda, yaitu sampai 700 kali lipat.
- b) Orang yang berinfaq di jalan Allah disukai oleh Rasulullah, ini terbukti dengan Rasulullah Saw. mendoakan orang yang berinfaq fisabilillah.
- c) Orang yang berinfaq senantiasa didoakan oleh dua malaikat, agar Allah menggantikan harta yang telah diinfakkannya.

c. Sedekah

1) Pengertian Sedekah

Shadaqah atau sedekah dalam pengeluaran harta berasal dari *as-shidqu* artinya benar atau menepati janji. Dikatakan demikian karena shadaqah-shadaqah menjadi bukti benarnya keimanan, dan bukti kesesuaian antara batiniyah dan lahiriyah.⁵⁶

Adapun *Shaddaqa* artinya benar/jujur dapat dipercaya sebalik dari kata dusta⁵⁷. Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan pengerian infak, jika infak

⁵⁵ Mardani, *Hukum Islam...*, hlm. 125.

⁵⁶ Wawan Shofwan Shalehuddin, *Risalah Zakat, Infak, dan Sedekah*, (Bandung: Takafur, 2011), hlm.22.

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 21.

berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti lebih luas, menyangkut hal yang bersifat nonmateriil.

Menurut M. Zaidi Abdad, sedekah adalah pemberian dari seorang muslim secara sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu, suatu pemberian yang dilakukan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah Swt dan pahala semata.⁵⁸

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan menurut penulis sedekah merupakan pemberian dari seseorang yang berupa harta maupun suatu sikap atau perilaku baik yang dapat memberikan kemaslahatan bagi seseorang yang menerimanya.

2) Dasar Hukum Sedekah

Perintah sedekah terdapat dalam QS Al-Baqarah (2) ayat 271:⁵⁹

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ
خَيْرٌ لَّكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik. (Akan tetapi,) jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, itu lebih baik

⁵⁸ Mardani, *Hukum Islam...*, hlm. 130.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 32.

*bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*⁶⁰

Hadis bersedekah:⁶¹

الْيَتِيمِ رَأْسَ ُ وَأَمْسَحَ الْمِسْكِينِ فَأَطْعِمَ قَلْبِكَ تَلْبِينًا أَرَدْتَ إِنَّ

“Jika kamu hendak melembutkan hatimu, maka berilah makan orang miskin dan usaplah kepala anak yatim.” (HR. Ahmad)

3) Bentuk-bentuk Sedekah

Dalam Islam sedekah memiliki arti luas bukan hanya berbentuk materi tetapi mencakup semua kebaikan. Baik bersifat fisik maupun nonfisik. Para ulama membagi sedekah menjadi:⁶²

- a) Memberikan sesuatu dalam bentuk materi kepada orang lain.
- b) Berbuat baik dan menahan diri dari kejahatan.
- c) Berlaku adil dalam mendamaikan orang yang bersengketa.
- d) Membantu orang lain yang menaiki kendaraan yang akan ditumpangi.
- e) Membantu mengangkat barang orang lain ke dalam kendaraannya.

⁶⁰ Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>

⁶¹ Almanhaj, “Keutamaan dan Manfaat Sedekah” (<https://almanhaj.or.id/46786-keutamaan-dan-manfaat-sedekah.html>, diakses pada 10 Juli 17.00).

⁶² Abdul Rahman, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: KENCANA, 2010), hlm. 155.

- f) Menyingkirkan benda-benda yang mengganggu dari tengah jalan seperti duri, batu, dan kayu.
- g) Melangkahkan kaki ke jalan Allah.
- h) Mengucapkan zikir seperti tasbih, takbir, tahmid, tahlil dan istigfar.
- i) Menyuruh orang lain berbuat baik dan mencegahnya dari kemungkaran.
- j) Membimbing orang buta, tuli, dan bisu serta menunjuki orang yang meminta petunjuk tentang sesuatu seperti alamat rumah.
- k) Memberikan senyuman kepada orang lain.

4) Hikmah Sedekah

Sedekah memiliki nilai sosial yang sangat tinggi. Orang yang bersedekah dengan ikhlas ia bukan hanya mendapatkan pahala tetapi juga memiliki hubungan sosial yang baik. Hikmah yang dapat dipetik:⁶³

- a) Orang yang bersedekah lebih mulia dibanding orang yang menerimanya.
- b) Mempererat hubungan sesama manusia terutama kepada kaum fakir miskin, menghilangkan sifat bakhil dan egois, dan dapat membersihkan harta serta dapat meredam murka Tuhan.

⁶³Abdul Rahman, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat...*hlm. 157.

c) Orang yang bersedekah senantiasa didoakan oleh kedua malaikat.

d. Persamaan dan Perbedaan antara Sedekah dan Infaq

Antara sedekah dan infaq mempunyai beberapa persamaan, yaitu sama-sama memberikan atau mendermakan sesuatu kepada orang lain. Sedangkan perbedaannya adalah dalam hal waktu pengeluaran. Pada infaq waktu pengeluarannya adalah di saat mendapat rezeki dari Allah Swt. dan tanpa ditentukan kadar jumlah yang harus dikeluarkan. Sedangkan pada sedekah tidak ada ketentuan waktunya, demikian pula tidak ada ketentuan mengenai jumlah ataupun peruntukannya.⁶⁴

e. Infaq Sedekah Online

1) Pengertian Infaq Sedekah Online

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang saat ini sangat memudahkan dan membantu kegiatan manusia dalam berbagai hal. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi cara umat Islam di masa sekarang dalam berinfaq sedekah yaitu dilakukan secara *online*. Sedekah *online* merupakan cara modern yang ditawarkan oleh lembaga kemanusiaan dalam menghimpun dana sedekah dari para donatur. Sedekah online menjadikan uang sebagai objek utama dalam pelaksanaan sedekah online melalui *platform* dalam penghimpunannya

⁶⁴ Mardani, *Hukum Islam...*, hlm.143.

untuk didistribusikan kepada penerima manfaat, sehingga secara online tersebut memudahkan manusia yang ingin berinfaq sedekah kapanpun dan dimanapun.⁶⁵

2) Hikmah Infaq Sedekah Online

Hikmah dari berinfaq sedekah online yaitu:⁶⁶

a) Menghindari diri dari *riya*

Bersedekah secara online memang memberi jarak pada kita dari penerima manfaat. Bukan berarti itu akan mengurangi nilai dari sedekah tersebut. Justru, tidak menampakkan diri dalam amalan ini sangat disukai Allah Swt.

b) Memberikan kemudahan dan bisa dilakukan kapanpun dan dimana saja

Berinfaq sedekah secara online, maka seseorang bisa melakukan transaksi infaq sedekah online dimana saja kapan saja. Maka alasan tidak tersedianya waktu dan kesempatan untuk bersedekah menjadi terbantahkan.

c) Pertolongan bisa cepat diberikan

Letak Indonesia yang berada di cincin api dunia mengindikasikan bahwa negeri ini rentang dengan terjadinya bencana. Maka, masyarakat Indonesia harus tetap waspada

⁶⁵ Muhammad Ihsan, Ahmad Mulyadi dan Sutisna, "Efektivitas Strategi Fundraising Sedekah Berbasis Sedekah Online di ACT Cabang Bogor", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2, 2021.

Diakses pada <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/534> tanggal 20 November.

⁶⁶ Lazharfa, "Sedekah Online, Hukum dan Hikmahnya" (<https://lazharfa.org/sedekah-online-hukum-dan-hikmahnya/>), Diakses pada 04 Desember, 22.04)

dan bersatu saat bencana datang. Dengan adanya kemudahan sedekah secara online maka upaya penanggulangan bencana jadi makin mudah dan memberi dampak yang besar bagi para korbannya. Saat bencana datang masyarakat bisa langsung berdonasi untuk membantu saudara yang tertimpa bencana.

Hal inilah yang tidak didapatkan dari bersedekah secara langsung atau dengan cara konvensional. Meski begitu, bersedekah secara online juga harus memerhatikan beberapa hal yaitu kredibilitas lembaga penyalur dan program yang ditawarkan oleh lembaga untuk pendayagunaan dana umat.⁶⁷

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nur Malikha Ulfah, Kurniawati Mutmainah, dan Romandhon (2022),	Minat Penggunaan Mobile Banking dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi (Studi Empiris Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo. ⁶⁸	Pada penelitian ini menjelaskan bahwa kemudahan dalam penggunaan, kepercayaan, risiko, kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak berpengaruh terhadap

⁶⁷ Lazharfa, "Sedekah Online, Hukum dan Hikmahnya" (<https://lazharfa.org/sedekah-online-hukum-dan-hikmahnya/>), Diakses pada 04 Desember, 22.04)

⁶⁸ Nur Malikha Ulfah, Kurniawati Mutmainah, dan Romandhon, "Minat Penggunaan Mobile Banking dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi (Studi Empiris Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo)", *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 3, Juni 2022. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/3299>

			minat penggunaan mobile banking, sedangkan manfaat berpengaruh terhadap minat karena terdapat manfaat ketika bertransaksi menggunakan mobile banking seperti mempercepat dan mempermudah transaksi pembayaran sehingga meningkatkan minat mereka untuk terus bertransaksi menggunakan mobile banking.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada minat penggunaan mobile banking.	
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel yang diteliti dan pada objek penelitian.	
2.	Muhammad Fadhil dan Lili Puspita Sari (2022)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan Gopay ⁶⁹	Pada penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kemudahan, kesadaran merek, dan

⁶⁹Muhammad Fadhil dan Lili Puspita, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan Gopay", *Veteran Economics, Management, & Accounting Review* Vol. 1, No. 1, 2022. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/vemar/article/download/4829/1721>

			religiusitas secara simultan menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar ZIS menggunakan GoPay.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada minat melakukan pembayaran infaq sedekah online.	
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel yang diteliti dan pada objek penelitian.	
3.	Nurul Ihsan dan Diyanah Nurmala Sari (2021)	Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Laz Yatim Mandiri ⁷⁰	Pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa motivasi dan kualitas pelayanan berpengaruh pada minat masyarakat untuk menjadi muzakki.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel independen.	
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada objek penelitian.	
4	Achmad Fandi (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat nasabah	Pada penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas layanan

⁷⁰ Nurul Ihsan dan Diyanah Nurmala Sari, "Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Laz Yatim Mandiri", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 2, 2021, <https://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab/article/view/673>

		Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. ⁷¹	berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya, bsm <i>mobile banking</i> dirasa mampu memberikan layanan yang menjanjikan, dapat memberikan kemudahan bagi nasabah serta pihak bank, dan juga dalam hal bertransaksi dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel independen dan variabel dependen.	
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada objek penelitian.	
5.	Faishal Daudshah dan Fitri Yetti (2022)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Nasabah Berinfak Pada BSI Mobile ⁷²	Penelitian ini menjelaskan bahwa <i>perceived usefulness</i> atau persepsi manfaat

⁷¹ Achmad Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 3, 2019. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/29782/27289>

⁷² Faishal Daudshah dan Fitri Yetti, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Nasabah Berinfak Pada BSI Mobile", *Veteran Economics, Management, & Accounting Review*, Vol. 1, No. 1, 2022 <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/vemar/article/download/4830/1722>

		merupakan faktor yang dapat menentukan intensi nasabah terhadap berinfak pada mobile banking BSI.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis tertelaah pada kajian tentang berinfak pada BSI Mobile.
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel yang diteliti dan pada objek penelitian.

C. Kerangka Pemikiran

Uma Sekaran dalam bukunya *Business Reasearch* (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁷³

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dari dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya.⁷⁴ Minat adalah

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 95.

⁷⁴ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian...*, hlm. 4.

ketertarikan, keinginan dan rasa suka dalam individu terhadap sesuatu untuk mencapai suatu tujuan tertentu sehingga akan mendatangkan suatu kepuasan dalam diri individu tersebut.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan maju di masa sekarang. Pentingnya penggunaan teknologi didukung dengan tingginya akses penggunaan *smartphone* yang dimiliki oleh setiap manusia. Pemanfaatan teknologi informasi dilakukan pihak perbankan dengan menyediakan layanan *mobile banking* yang lazimnya disingkat *m-banking*. *Mobile banking* didefinisikan sebagai sistem layanan yang disediakan perbankan berbasis mobile untuk memungkinkan nasabahnya bertransaksi tanpa terbatas lokasi maupun waktu.⁷⁵ Penyediaan layanan *mobile banking* ini direalisasikan juga oleh Bank Syariah Indonesia yang disingkat menjadi BSI dengan aplikasi *mobile banking* nya yang bernama BSI Mobile.

Salah satu fitur yang dapat digunakan dalam aplikasi BSI Mobile ini adalah infaq sedekah online yang telah disediakan dengan fitur berbagi di aplikasi tersebut. Namun, belum semua nasabah yang telah memiliki BSI Mobile telah menggunakan fitur tersebut. Beberapa alasan yang telah penulis dapat dilihat dari studi pendahuluan yang penulis lakukan kepada nasabah yang menjadi responden dalam kuesioner, menyatakan nasabah yang belum pernah menggunakan fitur infaq sedekah adalah belum

⁷⁵ Faishal Daudshah dan Fitri Yetti, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Nasabah Berinfak Pada BSI Mobile", *Veteran Economics, Management, & Accounting Review*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm.75. Diakses melalui <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/vemar/article/download/4830/1722> pada 19 Desember 2022.

mengetahui informasi adanya fitur tersebut, belum ingin menyalurkan infaq sedekah online (ingin menyalurkan secara langsung) dan belum mengetahui prosedurnya.

Berinfak sedekah online pada BSI Mobile ini sangat dipengaruhi oleh minat nasabah. Menurut Fahmi Gunawan dalam bukunya “Senerai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi, faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional atau perasaan. Faktor dorongan dari dalam artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, faktor motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan, faktor emosional atau perasaan artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi.⁷⁶

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Malikha, Kurniawati dan Romandhon, yang berjudul “Minat Penggunaan Mobile Banking dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi”. Dalam penelitian tersebut dengan adanya minat dari nasabah sangat penting adanya dalam penggunaan *mobile banking* dan salah satu faktornya adalah dengan diiringi motivasi dan keyakinan dapat mengoperasikan *mobile banking* dengan baik maka dapat membantu mereka untuk penggunaannya.

Motivasi adalah sesuatu yang bertanggung jawab atas pilihan individu terhadap alternatif perilaku yang tersedia. Motivasi adalah sesuatu yang dapat menjelaskan mengapa seseorang memilih satu perilaku di antara

⁷⁶ Fahmi Gunawan, *Senerai Penelitian...*, hlm.5

perilaku-perilaku lain yang tersedia.⁷⁷ Menurut penulis motivasi adalah sesuatu dalam keadaan diri manusia atau dari luar diri (lingkungan) yang mendorong untuk melakukan aktivitas tertentu atau bertindak guna mencapai suatu tujuan.

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu.⁷⁸ Nasabah yang mempunyai motivasi dapat memilih fitur BSI Mobile untuk menyalurkan infaq sedekah adalah karena adanya motivasi atau dorongan dari sendiri sehingga berminat untuk berinfaq sedekah dan sebagai nasabah BSI memilih menggunakan fitur yang telah disediakan sebagai pengguna BSI Mobile.

Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.⁷⁹ Menurut penulis motivasi adalah sesuatu dalam keadaan diri manusia atau dari luar diri (lingkungan) yang mendorong untuk melakukan aktivitas tertentu atau bertindak guna mencapai suatu tujuan.

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas.⁸⁰ Dari pernyataan ini menurut

⁷⁷ Bagus Riyono, *Motivasi dengan Perspektif...*, hlm. 39.

⁷⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...* hlm. 43.

⁷⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi EDISI 3- Mengupas Pemasaran...* hlm. 90.

⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 87

penulis dengan adanya pelayanan yang berkualitas menumbuhkan rasa minat nasabah untuk dapat menyalurkan infaq sedekahnya secara online melalui fitur berbagi dalam BSI Mobile dengan mudah kapanpun dan dimapun melalui *smartphone*.

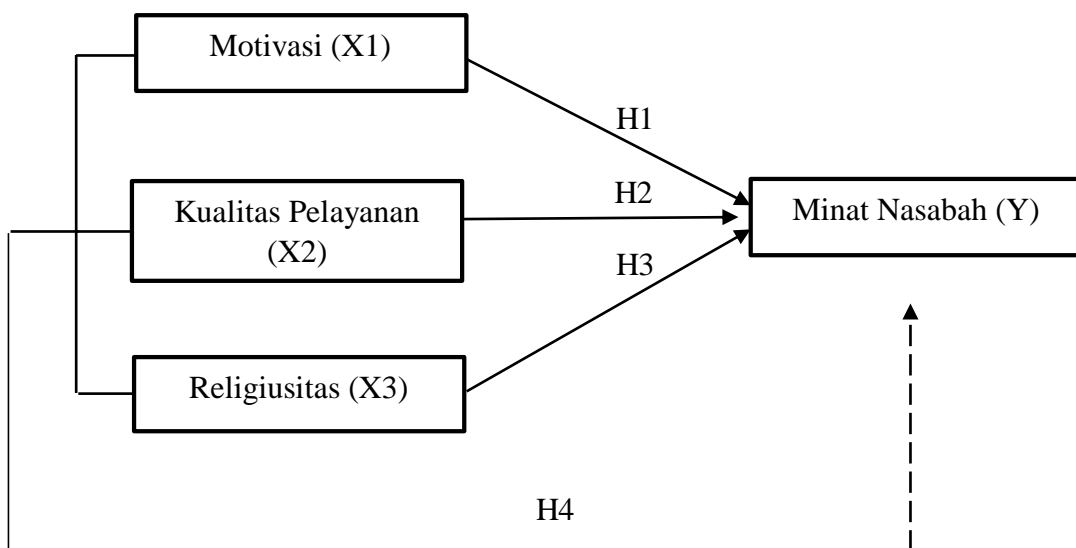
Religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang ia anut beserta ajaran-ajarannya, yang ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten dengan komitmen tersebut.⁸¹ Menurut penulis religiusitas adalah tingkat pemahaman dan keyakinan terhadap agama yang dianut, kemudian penanamannya dapat direalisasikan oleh sikap dan perilakunya di dalam kehidupan.

Religiusitas bersifat individual, oleh karena itu ini merupakan ketaatan pribadi seorang hamba terhadap aturan-aturan Tuhan mereka yang mempengaruhi bagaimana mereka hidup berdampingan juga mempengaruhi perilaku sehari-hari mereka, termasuk dalam memilih produk dan menggunakan suatu layanan.⁸² Adanya religiusitas yang termasuk dalam faktor internal dalam individu, menumbuhkan rasa minat yang terhadap berinfaq sedekah online dengan tujuan untuk saling tolong menolong kepada manusia yang lebih membutuhkan dan adanya pula kepercayaan yang dimiliki individu terhadap BSI Mobile yang dapat tepat sasaran dalam penyalurannya.

⁸¹ Bambang dan Bahrul, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran...*, hlm. 8.

⁸² Faishal Daudshah dan Fitri Yetti, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi...*, hlm.77.

Berdasarkan deskripsi teori sebelumnya dan sejalan dengan tujuan penelitian yang akan diuraikan mengenai pengaruh motivasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat nasabah dalam berinfaq sedekah online (Studi Pada BSI Mobile di Kota Tasikmalaya), maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi

hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁸³

Sebuah hipotesis yang diajukan memiliki fungsi yang sangat penting dalam sebuah penelitian, yakni memberikan arah yang jelas untuk penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis memberikan jawaban sementara masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu, berfungsi sebagai pemberi arah yang jelas terhadap penelitian yang akan dilaksanakan.⁸⁴

Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan penjelasan di atas adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 ($X_1 \rightarrow Y$)

H_{0-1} : Motivasi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

H_{a-1} : Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

2. Hipotesis 2 ($X_2 \rightarrow Y$)

H_{0-2} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

H_{a-2} : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 100.

⁸⁴ Dinda Annisa, Skripsi: “*Pengaruh Tingkat Kesadaran Pengguna Mobile Banking Terhadap Pembayaran Zakat Online Pada Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara*”, (Medan: UMSU, 2019), hlm. 25.

3. Hipotesis 3 ($X_3 \rightarrow Y$)

H_{0-3} : Religiusitas tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

H_{a-3} : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

4. Hipotesis 4 ($X_1 + X_2 + X_3 \rightarrow Y$)

H_{0-4} : Motivasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.

H_{a-4} : Motivasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinfak sedekah online.