

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Minat

###### a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu hubungan yang timbul antara seseorang dengan sesuatu yang berada diluar dirinya. Ketika hubungan yang dibangun tumbuh, minat mereka pun meningkat. Crow and crow percaya bahwa minatlah yang memotivasi orang untuk mengambil tindakan.<sup>28</sup>

Minat adalah aspek emosional yang berperan besar dalam kehidupan seseorang. Dimensi emosional yaitu kesadaran dan kemauan emosional yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang. Dimensi emosional ini mencakup tiga poin penting. Artinya (1) berhubungan dengan emosi terhadap berbagai objek, (2) emosi tersebut mempunyai arah dari titik netral ke arah yang berlawanan dan tidak bersifat positif maupun negatif, dan (3) mempunyai kekuatan yang kuat berbagai emosi dengan berbeda-beda.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Ardiansyah Siregar dkk, "Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah," *Journal of Islamic Social Finance Management* vol. 3, no. 2 (2022), hlm: 165.

<sup>29</sup> MRA Puspitasari dan Dwi Saputra Hendra, "Hubungan Antara Minat Terhadap Pekerjaan Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan Perusahaan X Di Yogyakarta," *Jurnal Psikologi*, vol.17, no. 2 (2021), hlm: 41.

Minat sebenarnya mengandung unsur-unsur seperti Kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan kondisi (kehendak). Minat dapat dianggap sebagai salah satu respon yang sadar, sebab kalau tidak demikian, maka minat tidak akan mempunyai arti apa-apa. Unsur kognisi dari arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan sebuah informasi mengenai obyek yang akan dituju oleh minat tersebut. Pada unsur emosi itu dikarenakan dalam pengalaman itu disertai dengan sebuah perasaan tertentu. Sedangkan pada unsur kognisi adalah kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu diwujudkan pada bentuk kemauan dan sebuah hasrat untuk melakukan salah satu kegiatan.<sup>30</sup>

Minat adalah salah satu kemampuan kognitif seseorang, karakteristik minat bakat seseorang terhadap suatu kegiatan yang akan diwujudkan dalam bentuk keinginan dan sebuah hasrat.

#### **b. Jenis-Jenis Minat**

Ada beberapa jenis-jenis keuntungan pada minat sebagai berikut:<sup>31</sup>

- 1) Kepentingan profesional khususnya berkaitan dengan bidang pekerjaannya: (a) kepentingan profesional adalah kepentingan yang seseorang di bidang sains, seni, atau bidang yang

---

<sup>30</sup> M. Rosyid Alfazani dan Dinda Khoirunisa A, "Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* vol.2, no. 2 (2021), hlm: 593.

<sup>31</sup> Imelda Theresia Natalia , "Minat Mahasiswa Program Studi Pendidikan Keagamaan Katolik Terhadap Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka," *Paidea : Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia* vol.3, no. 2 (2023), hlm: 38–39.

berhubungan dengan kepedulian sosial. (b) kepentingan komersil, yaitu kepentingan perseorangan dalam bidang usaha (kewirausahaan), pekerjaan di bidang yang berhubungan dengan jual beli, pekerjaan di bidang perikanan, pekerjaan yang berhubungan dengan bidang akuntansi atau kesekretariatan, dan lain-lain. (c) minat seseorang pada bidang yang berkaitan dengan aktivitas fisik, mesin, aktivitas luar ruangan, dan lain-lain.

- 2) Minat avokasional mengacu pada keinginan untuk mencapai kepuasan diri dengan melakukan aktivitas yang sesuai dengan hobinya menginginkan. Misalnya, ada seseorang yang merasa puas ketika kembali dari petualangan di alam liar, ada seseorang yang merasa bahagia karena menemukan hiburan dalam situasi sulit yang merasa alami, dan ada pula yang merasa senang ketika berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan dan mendapat pujian atas apa yang mereka lakukan.

### c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat diartikan sebagai ketertarikan individu terhadap investasi berbasis fintech. Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Ada tiga faktor yang dapat dipengaruhi keuntungan setiap individu diantaranya sebagai berikut:<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Orryza Sativa Devi dkk, “Minat Publik Terhadap Investasi P2P Lending Fintech Syariah Di Alami Sharia: Produk, Akad, Imbal Hasil, Tingkat Keberhasilan Bayar,” *Indonesian Journal of Economics and Management* vol.2, no. 2 (2022), hlm. 412. .

- 1) Unsur yang timbul dari dalam diri individu dan berhubungan dengan jasmani dan rohani
- 2) Faktor motivasi sosial yaitu keinginan apresiasi dan lingkungan.
- 3) Faktor emosional, yaitu ukuran kuatnya perhatian seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan tertentu.

#### **d. Ciri-Ciri Minat**

Minat adalah kata yang berarti kecenderungan yang kuat terhadap sesuatu gairah dan keinginan. Menurut Hurlock, ada beberapa ciri-ciri minat sebagai berikut.<sup>33</sup>

- 1) Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan jasmani dan rohani
- 2) Minat bergantung pada motivasi belajar
- 3) Minat bergantung pada kesempatan belajar
- 4) Perkembangan minat mungkin terbatas
- 5) Minat dipengaruhi oleh budaya
- 6) Minat bersifat emosional
- 7) Minat cenderung bersifat egosentris

#### **e. Indikator Minat**

Minat merupakan salah satu istilah yang menggambarkan suatu aspek kepribadian dan menggambarkan keinginan serta dorongan yang muncul dari dalam individu untuk memilih objek lain

---

<sup>33</sup> Luqman Hakim dan Rahmat Shofan Razaqi, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Cisco Packet Tracer Terhadap Minat Dan Hasil Belajar Siswa Kelas X Tkj1 Pada Mata Pelajaran Komputer Jaringan Dasar Di Smk Negeri 1 Kendit Situbondo," *Edusaintek : Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi* 6, no. 2 (2020), hlm. 45.

yang sejenis. Minat seseorang tidaklah sama karena kepentingannya bermacam-macam bentuknya. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat:<sup>34</sup>

- 1) ketertarikan ingin memanfaatkan fintech syariah
- 2) menggunakan *financial technology* syariah di masa yang akan datang
- 3) merekomendasikan *financial technology* syariah kepada orang lain

## 2. *Theory Of Planned Behaviour*

### a. *Pengertian Theory Of Planned Behaviour*

Teori yang dapat menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi adalah TPB (*Theory Of Planned Behaviour*) yang diungkapkan oleh dua professor psikologi Icek Ajzen dan Martin Fishbein sebagai orang yang mengembangkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) memberikan penjelasan singkat yang dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. TPB didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi- informasi yang tersedia untuknya secara sistematis. Sehingga setiap individu memikirkan akibat langsung dari tindakan mereka sebelum

---

<sup>34</sup>Susiyana Muslihati dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Syariah Pada Generasi Z," *AT TAWAZUNE Jurnal Ekonomi Vol.3, No 2,(2023)*, hlm: 124,

mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.<sup>35</sup>

Konsep *Theory Of Planned Behaviour* mengacu pada pemahaman bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan penting tentang perilaku tersebut. Pada dasarnya seseorang dapat mempunyai berbagai macam keyakinan mengenai suatu perilaku tertentu, namun hanya sedikit keyakinan yang muncul ketika dihadapkan pada peristiwa tertentu. Konsep TPB memiliki tiga aspek penentu: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.<sup>36</sup>

### 1) Norma Subjektif

#### a) Pengertian Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan keyakinan individu, baik individu maupun kelompok, bahwa orang-orang berpengaruh disekitarnya (significant other) mengharapkannya dirinya melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak.<sup>37</sup>

Pada pendapat supraputi teori norma subjektif dapat diukur secara langsung dengan menilai perasaan pelanggan mengenai apakah orang lain yang menjadi panutan bagi mereka setuju dengan tindakan yang harus mereka ambil. Kazemi menjelaskan

---

<sup>35</sup> Ibid, hlm: 1174.

<sup>36</sup> Junaidi Safitri, "Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Generasi Z : Analisis Theory of Planned Behavior ( Tpb )," *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis* vol.10, no. 1 (2024), hlm: 35.

<sup>37</sup> Ida Ayu Mas Laksmi Dewi dan I Gusti Ayu Ketut Giantari, *NIAT BELI KONSUMEN BERBASIS SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KUALITAS PRODUK* (Bandung: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hlm. 36–37.

ketika norma subjektif didasarkan pada evaluasi argumen orang-orang penting tentang kinerja atau kegagalan seseorang dalam melakukan suatu tindakan.<sup>38</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa norma subjektif adalah persepsi individu terhadap tekanan lingkungan dan sosial dari orang terdekatnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Norma-norma tersebut mencakup keyakinan bahwa orang-orang berpengaruh seperti keluarga, teman, dan tokoh masyarakat, mempunyai ekspektasi tertentu terhadap perilaku seseorang.

Menurut ajzen norma subjektif secara umum mempunyai dua komponen, yaitu:<sup>39</sup>

##### 5. *Normative Belief* (Keyakinan Normatif)

Persepsi individu tentang apa yang diharapkan oleh orang lain terhadap dirinya. Individu mempertimbangkan pendapat orang lain yang penting dan berpengaruh dalam hidupnya untuk memutuskan apakah akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu.

Dengan demikian, individu dapat menyesuaikan perilakunya dengan harapan orang lain yang dianggap penting

---

<sup>38</sup> Chadi Mursid Mansur dan Palupiningtyas Dwi, *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned*, 1st ed. (Pekalongan: Mansur Chadi Mursid, 2022).

<sup>39</sup> Yunita Ningtyas et al., "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal," *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2, no. 08 (2021): hlm. 43 dan 44.

sehingga perilaku individu tersebut dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya.

6. *Multivation to Comply* (Motivasi Untuk memenuhi)

Motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain memainkan peran penting dalam menentukan perilaku mereka. Norma subjektif dapat dilihat dari hasil interaksi antara dorongan dari lingkungan sosial dan motivasi individu untuk mengikuti pandangan mereka. Semakin kuat motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain, semakin besar kemungkinan mereka akan menyesuaikan perilakunya dengan harapan tersebut. Dengan demikian, norma subjektif dapat mempengaruhi perilaku individu melalui interaksi antara fakta internal dan eksternal.

Salah satu bagian dari norma subjektif dapat mempengaruhi perilaku individu melalui kekuatan sosial, seperti reward dan punishment, harapan orang lain, dan penghargaan atas pengalaman orang lain. Ketika individu mendapatkan saran untuk melakukan suatu perilaku, mereka cenderung merasakan tekanan sosial yang besar dan lebih cenderung mengikuti saran tersebut. Sebaliknya, jika individu mendapatkan anjuran untuk tidak melakukan suatu perilaku tekanan sosial yang dirasakan cenderung berkurang. Contohnya, jika seseorang bertemu dengan kerabat yang minat



dengan bank tertentu dan menceritakan keunggulannya, maka individu tersebut cenderung akan mengikuti kerabatnya untuk menabung di bank tersebut karena adanya -engaruh sosial dan tekanan untuk mengikuti perilaku yang dianggap baik oleh kerabatnya.<sup>40</sup>

#### **b) Indikator Norma Subjektif**

Berdasarkan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB), norma subjektif dapat diukur melalui indikator yang berasal dari pengukuran norma subjektif. Sebagai berikut:<sup>41</sup>

- 1) Keyakinan dari dukungan keluarga untuk menggunakan layanan *fintech* syariah dalam mengembangkan usaha
- 2) Keyakinan dari dukungan teman untuk menggunakan layanan *fintech* syariah dalam mengembangkan usaha
- 3) Keyakinan dari dukungan pengusaha sukses yang sudah melakukan *fintech* syariah
- 4) Keyakinan terhadap dukungan pengusaha dari pihak-pihak yang dianggap penting untuk menggunakan layanan *fintech* syariah dalam mengembangkan usaha.

---

<sup>40</sup>Leni Triana, Yuliah, and Wahyu Widodo, "PERSEPSI CALON NASABAH PERBANKAN KONVENSIONAL DAN SYARIAH MELALUI TEORI PERILAKU TERENCANA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA Leni," *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020): hlm.100.

<sup>41</sup> Taruli Sarefina Simatupang, *Itensi Berwirausaha :Sebuah Onsep Dan Studi Kasus Di Era Revolusi Industri 4.0* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020), hlm. 26.

## 2) Kepercayaan

### a) Pengertian Kepercayaan

Pada transaksi ekonomi, percaya (KPC) merupakan faktor terpenting dalam menentukan perilaku individu. Kepercayaan penting karena mempengaruhi perilaku penggunaan dan menjadi sangat penting ketika menghadapi lingkungan yang tidak pasti, seperti penggunaan *fintech* syariah.<sup>42</sup>

Kepercayaan adalah seluruh pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulannya yang diambil konsumen tentang benda, properti dan manfaatnya. Kepercayaan ini didasarkan pada berbagai karakteristik berbeda adalah menjaga hubungan, menerima risiko, serta perasaan nyaman dan kepuasan.<sup>43</sup>

Kepercayaan mencerminkan keyakinan individu bahwa informasi pribadi yang dimasukkannya ke dalam sistem akan disimpan dengan aman. Kepercayaan setiap konsumen terhadap penggunaannya disebabkan oleh keyakinan bahwa layanan tersebut memberikan jaminan yang cukup. Ini adalah

---

<sup>42</sup> Mira Misissaiifi dan Jaka Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, vol. 10, no. 1 (2021), hlm. 113.

<sup>43</sup> Fatikha Rizqya Nur, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Adopsi Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Kudus," *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* VOL.9, no. 2 (2023) hlm: 162-163.

bagian dari cara individu membentuk pandangannya terhadap objek, yang bisa positif atau negatif.<sup>44</sup>

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan mencerminkan keyakinan individu bahwa informasi pribadi yang dimasukkannya ke dalam sistem akan disimpan dengan aman. Kepercayaan setiap konsumen terhadap penggunaannya disebabkan oleh keyakinan bahwa layanan tersebut memberikan jaminan yang cukup. Ini adalah bagian dari cara individu membentuk pandangannya terhadap objek yang bisa positif atau negatif.

Kepercayaan seseorang dapat terbentuk melalui tiga cara yang berbeda, berdasarkan cara terbentuknya, kepercayaan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu:<sup>45</sup>

### 1. *Descriptive Belief*

Adalah jenis keyakinan yang terbentuk berdasarkan pengalaman langsung idividu dengan objek yang terkait. Misalnya, seseorang dapat meyakini bahwa kursi bus transjakarta nyaman karena mereka telah mengalami

---

<sup>44</sup> Hartiningsih Astuti dkk, "Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan Fintech E-Wallet Consumptive Behavior With The Use Of Fintech E-Wallet," *Jurnal Dimensi* vol.12, no. 3 (2023) hlm: 732–33.

<sup>45</sup> Martin Fisbehin and Icek Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior An Introduction to Theory and Research*, ed. Icek Ajzen (<https://www.google.co.id/search?hl=id&gbpv=1&bsq=buku+belief,+attitude,+intention,+and+behaviour:an+introduction+to+theory+and+research,+addisonwesley&dq=buku+belief,+attitude,+intention,+and+behaviour:an+introduction+to+theory+and+research,+addison-wesl,1975>).

sendiri kenyamanan tersebut saat duduk di kursi bus transjakarta.

## 2. *Inferential Belief*

keyakinan yang terbentuk melalui proses penarikan kesimpulan, bukan melalui penguasaan langsung. Ada dua cara untuk membentuk kepercayaan ini. Pertama menghubungkan kejadian dengan pengalaman sebelumnya. Contohnya seseorang meyakini bahwa kursi bus transjakarta nyaman karena mereka telah mengalami kenyamanan kursi bus besar lainnya. Kedua menggunakan aturan logika untuk menghubungkan dua kejadian yang tidak bersamaan.

Dengan demikian, inferential belief dapat terbentuk melalui proses penarikan kesimpulan yang logis dan rasional, tanpa harus mengalami langsung kejadian tersebut.

## 3. *Informational Belief*

Keyakinan ini terbentuk ketika seseorang menerima informasi dari sumber luar, seperti media televisi dan mempercayai informasi tersebut. Contohnya, seseorang dapat yakin bahwa menggunakan bus transjakarta pada waktu kerja aman dan nyaman karena telah diberitahu oleh media televisi tentang keamanannya.

### **b) Indikator Kepercayaan**

Ada tiga indikator sebagai nilai dasar yang digunakan untuk membangun kepercayaan yaitu:

- a) Kejujuran, Inilah poin terpenting dalam membangun kepercayaan dengan orang lain. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Dalam penerapan sehari-hari sangat sulit untuk mengamalkan sikap kejujuran ini, dan dari sudut pandang hukum, derajat kejujuran seseorang dinilai dari menilai pengakuan dan pernyataannya tentang kebenaran.
- b) Kompetensi kemampuan mengkonstruksi pengetahuan dan melaksanakan tugas berdasarkan pengalaman hidup. Hal ini dinilai masyarakat memungkinkan dapat menjalankan tugas tertentu dengan baik.
- c) Keterbukaan yaitu sikap tidak menyukai kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam melaksanakan tugas. Oleh karena itu, perlu adanya sikap terbuka dan transparan antara kedua pihak guna membangun kepercayaan yang baik.<sup>46</sup>

### **3. *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperkenalkan oleh Davis adalah teori yang diadaptasi dari teori tindakan beralasan yang

---

<sup>46</sup> Khumairoh Siti dan Fajar, "Pengaruh Pemilik UMKM Fashion Di Kota Surakarta," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, vol. 2, no. 3 (2024), hlm. 118.

memprediksi perilaku individu terhadap produk dan membantu peneliti memahami faktor penentu psikologisnya. Menurut teori ini, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan dua faktor yang saling kuat mempengaruhi faktor penentuan penerimaan teknologi dan penerimaan penggunaan.<sup>47</sup>

TAM merupakan teori yang paling banyak diaopsi untuk meneliti intensi dan penggunaan berbagai macam electronic banking termasuk m-banking. Di dalam model TAM, konstruk Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) menentukan Penerimaan teknologi informasi oleh seseorang karena keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris.<sup>48</sup>

Pada pengertian diatas teori TAM merupakan salah satu teori yang digunakan dalam literatur sistem informasi yang berguna untuk memberikan penjelasan kepada penerima individual. Dalam teori ini ada beberapa persepsi yang berpengaruh yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan pengguna suatu sistem informasi sebagai suatu tindakan yang dibenarkan dalam konteks pengguna teknologi tersebut. Oleh karena itu. Alasan seseorang untuk memahami kelebihan dan

---

<sup>47</sup> Heni Sukmawati dkk, "Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* vol.9, no. 4 (2022), hlm. 441.

<sup>48</sup> Yuni Bustini, *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking* (Yogyakarta: EKONISIA, 2020).

manfaatnya. Ketika suatu sistem informasi menjadi mudah digunakan, tindakan atau perilaku seseorang menjadi ukuran penerimaan terhadap sistem tersebut.<sup>49</sup>

Teori Technology Acceptance Model (TAM) memiliki beberapa kelebihan yang menguntungkan:<sup>50</sup>

- 1) TAM merupakan model perilaku yang memiliki keunggulan dalam menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi tidak diimplementasikan karena penggunanya tidak minat untuk menggunakan.
- 2) TAM adalah model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model yang sederhana namun efektif
- 3) TAM didasarkan pada landasan teori yang kuat
- 4) TAM telah banyak digunakan penelitian dan hasilnya.

*Technology Acceptance Model* dapat menempatkan faktor minat dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (usefulness) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) salah satu instrumen untuk menjelaskan varian pada minat pengguna. TAM adalah suatu hasil pengembangan dari model TRA tetapi model itu menambahkan dua konstruktor utama ke model TRA. Dua konstruktor utama yaitu persepsi

---

<sup>49</sup> Lutfi Mu'asiro Rokhiyatul dan Darwanto, "Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* vol. 5, no. 02 (2021), hlm. 161.

<sup>50</sup> Mukhtisar dkk, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)," *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 3, no. 1 (2021), hlm. 61.

kemanfaatan (*usefulness perceived*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).<sup>51</sup>

## 1) Persepsi Kemanfaatan

### a) Pengertian Persepsi Manfaat

*Perceived Usefulness* atau kegunaan yang dirasakan mengacu pada kepercayaan yang dimiliki seseorang atau nasabah terhadap banknya ketika mengambil keputusan. Hal ini didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Jika seseorang mempercayai keputusan orang lain, seseorang akan menyalahgunakan atau memanfaatkannya.<sup>52</sup>

Sistem Pemikiran ini telah didukung oleh para ahli seperti Chave, Bogardus, Lapiere, Mead, dan Gordon Allport. Menurut kelompok ini, sikap adalah suatu jenis kesediaan untuk memberikan tanggapan tertentu terhadap suatu objek. Kesiapan merupakan kecenderungan terpendam seseorang untuk memberikan respon dengan cara tertentu ketika dihadapkan pada suatu stimulus yang memerlukan respon. Ada empat karakteristik dari sikap yaitu Sikap mempunyai

---

<sup>51</sup> Alwahidin dan Wahyu Prayoga Muin, "Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, vol. 12, no. 2 (2022), hlm. 146-147.

<sup>52</sup> Apay Safari dan Anti Riyanti, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Edunomika* vol.08, no. 01 (2023), hlm. 3.



objek, sikap mempunyai struktur, sikap merupakan hasil belajar serta sikap mempunyai arah, derajat dan intensitas.<sup>53</sup>

Persepsi manfaat sebagai tingkat keyakinan individu bahwa menggunakan layanan bagian dari fintech syariah akan memberikan manfaat baik dari segi efektivitas dan efisiensi peningkatan kinerja. Dalam hal ini peningkatan kemudahan penggunaan layanan fintech syariah merupakan manfaat yang diterima atau diharapkan nasabah ketika menggunakan layanan tersebut sebagai sarana penunjang aktivitas dan pekerjaannya.<sup>54</sup>

Jadi, dapat didefinisikan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa manfaat teknologi, termasuk layanan fintech syariah, akan meningkatkan kinerja efektivitas, dan efisiensi. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi menawarkan manfaat nyata, mereka cenderung memanfaatkannya semaksimal mungkin. Sikap pengguna terhadap teknologi juga dipengaruhi oleh kemauan mereka untuk bereaksi secara positif atau negatif, tergantung bagaimana mereka memandang kegunaan dan manfaat dari teknologi tersebut.

---

<sup>53</sup> Tri Ardianto dkk, "Pengaruh Variabel Sikap Dalam Memoderasi Hubungan Pertimbangan Moral Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Empiris Di Kabupaten Ponorogo)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, vol. 2, no. 1 (2018), hlm. 495.

<sup>54</sup> Alif Ainul Khatimah Sulmi dkk., "PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)," *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, vol. 1, no. 2 (2021), hlm. 62.

## b) Indikator Persepsi Manfaat

Indikator persepsi manfaat menurut jogiyanto yaitu <sup>55</sup>

- 1) Akselerasi kerja (bekerja lebih cepat)
- 2) Peningkatan prestasi kerja (kinerja)
- 3) Produktivitas (Peningkatan beban kerja)
- 4) Efektivitas
- 5) Menjadikan pekerjaan lebih mudah
- 6) Bermanfaat

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an bahwa pencipta alam semesta dan seisinya memiliki hikmah dan tujuan yang mendalam sebagaimana disebutkan dalam QS. Ali-Imran :191

الَّذِينَ يَذُكُّونَ  
وَأَلْرَضِ  
هَالِكٌ قِيَامًا وَقُفْعُودًا وَعَلَى جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خُلُقِ السَّمَوَاتِ  
رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا قُلْ سُبْحَانَكَ فُوقَنَا عَذَابُ النَّارِ

*Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengingat allah sambil berdiri duduk atau dalam keadaan berbaring, dan memikirkan tentang pencipta langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah engkau menciptakan semua ini sia-sia. Mahasuci Engkau. Lindungilah kami dari azab neraka”.*

Berdasarkan ayat tersebut menunjukkan bahwa pencipta teknologii baru hendaknya bertujuan untuk memberikan manfaat dan kemudahan bagi manusia. Dengan demikian, pengembangan

---

<sup>55</sup> Gloria Natalia Dendeng dkk , “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI Di Kota Manado,” *Productivity*, vol.3, no. 6 (2022),hlm. 502.

teknologi harus mempertimbangkan kebutuhan dan kesejahteraan manusia, serta memberikan dampak positif bagi kehidupannya.

## 2) Persepsi Kemudahan

### a) Pengertian Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan menunjukkan bahwa sistem tidak dirancang untuk mempersulit penggunaannya, melainkan untuk mempermudah pekerjaan seseorang. Artinya pekerjaan lebih mudah bagi mereka yang menggunakan sistem dibandingkan mereka yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

*Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan pengguna merupakan keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidak membosankan atau tidak memerlukan banyak usaha ketika menggunakannya (*effortless*). Dengan kata lain, orang yang menganggap aplikasi dompet seluler mudah atau tidak terlalu sulit akan lebih sering menggunakan dompet seluler.<sup>56</sup>

Menggunakan teknologi membutuhkan banyak kesabaran dan usaha. Menurut Karim, persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran kepercayaan penggunaan terhadap suatu teknologi tertentu yang memberikan kemudahan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup>Nur Jamaludin dan Aprilia Dewi Soleha, "Peran Model Penerimaan Teknologi, Literasi Digital Dan Promosi Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Dalam Membayar Zakat Secara Online," *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, vol. 2, no. 2 (2022), hlm. 144.

<sup>57</sup> Indina Ayu Lestari dkk, "The Effect Of Perceived Ease Of Use And Risk On Interest In Transactions Using Financial Technology Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi memegang peranan penting dalam menentukan tingkat adopsi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut. Sistem dan aplikasi yang mudah digunakan dan dianggap tidak merepotkan akan lebih sering digunakan oleh pengguna. Pengguna cenderung lebih menyukai teknik yang tidak membosankan dan tidak memerlukan tenaga berlebihan karena lebih mudah dikerjakan dibandingkan dengan cara manual. Selain itu, persepsi kemudahan ini juga terkait dengan kepercayaan atau keyakinan pengguna bahwa teknologi akan membantu mereka tanpa menimbulkan masalah yang berarti.

**b) Indikator Persepsi Kemudahan**

Ada beberapa Indikator dari persepsi kemudahan.<sup>58</sup>

- 1) *Clear* (Jelas) yaitu layanan yang terdapat dalam teknologi yang tepat sesuai dengan kegunaan
- 2) *Understandable* (Mudah dipahami) berarti bahwa fungsi dalam teknologi telekomunikasi mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahan pahaman
- 3) *Does not require a lot of mental effort* (tidak memerlukan banyak usaha) yang berarti bahwa dalam penggunaan teknologi tidak diperlukn usaha yang berat

---

Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 4, no. 6 (2023), hlm. 8344.

<sup>58</sup> Ibid, hlm. 148.

- 4) *Easy of use* (mudah digunakan) yaitu fitur yang ada didalam teknologi mudah untuk dioperasikan dan tidak menimbulkan kesulitan.
- 5) *Easy to get the system to do what he/she want to do* (mudah didapatkan saat akan digunakan) yaitu sistem teknologi dapat dengan mudah didapatkan, pengguna hanya perlu untuk mengunduhnya melalui internet dan dapat langsung menggunakannya.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'la

وَوُضِعْنَا لَكَ لِأَعْيُنِنَا سِرًّا

*Artinya: Kami akan melapangkan bagimu jalam kemudahan (dalam segala urusan).*

Berdasarkan ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Allah SWT akan memberikan kemudahan kepada umatnya dalam setiap urusan. Dalam konteks ini, kemudahan yang diberikan Allah tidak hanya terbatas pada aspek spiritual, tetapi juga mencakup aspek praktis kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, umat islam diperbolehkan untuk melakukan berbagai cara dan metode yang memudahkan mereka dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik, selama tidak bertentangan dengan syariat islam. Dengan demikian, ayat ini memberikan ruang bagi umat islam untuk

berinovasi dan mencari kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan dan mematuhi prinsip-prinsip agama.

#### 4. *Financial Technology Syariah*

##### a. **Pengertian *Financial Technology Syariah***

Financial technology merupakan salah satu teknologi keuangan digital pada hukum syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Layanan *fintech* syariah kini dapat ditemukan pada bisnis jasa keuangan. *Fintech* syariah adalah perusahaan yang berbasis teknologi yang menyediakan layanan dan produk keuangan inovatif yang diatur oleh sistem syariah dan menggunakan kontrak dan prinsip syariah untuk menghindari hal-hal yang termasuk dalam kategori haram, falsehood, syubhat, maysir, dan gharar. Ada tiga prinsip islam yang harus diikuti oleh *fintech* hukum syariah yaitu larangan maysir(perjudian), riba (besarnya keuntungan yang melewati ketentuan ), dan gharar (ketidakpastian).<sup>59</sup>

Pada pendapat Alshater., *Financial Technology Syariah* adalah teknologi yang digunakan dalam bidang keuangan dan didasarkan pada konsep syariat islam, dari segi mekanisme maupun penyediaan jasa keuangan. Ada lima prinsip *fintech* syariah yaitu pada margin keuntungan yang rendah, saling menguntungkan, kemampuan skala,

---

<sup>59</sup> Lukmanul Hakim dan Recca Ayu Hapsari, (*Buku Ajar*) *FNANCIAL TECHNOLOGY LAW* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020).

inovasi, dan kemudahan implementasi, semuanya sejalan dengan prinsip syariah.<sup>60</sup>

Startup *fintech* syariah pertama yang muncul pada tahun 2004 adalah 'Beehive' yang berbasis di Dubai. Beehive adalah perusahaan bersertifikasi syariah pertama di dunia. Startup ini memberikan pinjaman terjangkau kepada UMKM melalui pasar pinjaman peer-to-peer. Pada tahun 2016, startup *fintech* yang berbasis di Singapura 'Kapital Boost' menerima sertifikasi kepatuhan syariah dari *Financial Shariah Advisory and Consultancy Company (FSZC)* Singapura dan kemudian diakui sebagai platform crowdfunding UMKM Islam pertama.<sup>61</sup>

Jadi, kesimpulan dari pengertian di atas bahwasannya *fintech* syariah adalah teknologi keuangan yang bekerja sesuai dengan prinsip syariah Islam dan menghindari riba, maysir, dan gharar. *Fintech* yang menyediakan layanan keuangan inovatif berdasarkan nilai-nilai seperti keadilan, saling menguntungkan, dan kemudahan implementasi. *Fintech* syariah dimulai dengan perusahaan seperti beehive di Dubai yang berkembang melalui startup lain seperti *kapital boost* di Singapura, Hello Gold di Malaysia, dan Eiths Crow yang mendominasi pasar Indonesia.

---

<sup>60</sup> Arifa Kurniawan, "Faktor Penentu Minat Menggunakan Financial Technology Syariah Pasca Covid-19," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, vol. 11, no. 1 (2023), hlm: 6.

<sup>61</sup> Ana Toni Roby Candra Yudha dkk., *Fintech Syariah Dalam Sistem Industri Halal: Teori Dan Praktek* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021).

## **b. Dasar Hukum *Financial Technology Syariah***

*Financial technology* merupakan bagian dari industri jasa keuangan digital. Berbicara mengenai landasan hukum *fintech* di suatu negara, yang penyelenggaraan sistem *fintech*, hak dan kewajiban setiap badan hukum, termasuk perlindungan konsumen *fintech*. Dasar hukum *fintech syariah* di Indonesia diatur oleh beberapa peraturan dan fatwa yang memastikan operasionalnya mematuhi prinsip-prinsip syariah. Berikut landasan hukum utama yang mengatur *fintech syariah* di Indonesia<sup>62</sup>:

### 1) Peraturan OJK

Pada pasal 1 ayat (3) peraturan OJK (PJOK) mengatur bahwa layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi harus terhubung secara elektronik antara peminjam dan pemberi pinjaman melalui peminjaman langsung dalam mata uang rupiah dan pembuatan perjanjian kredit dijelaskan bahwa itu adalah layanan yang disediakan oleh sistem internet (Otoritas Jasa Keuangan, 2016)

### 2) Undang- Undang No 11 Tahun 2008

UU No 11 tahun 2008 mengenai informasi dan transaksi elektronik dilakukan oleh suatu badan melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya itu adaoleh subjek hukum disebut sebagai transaksi elektronik. (UU RI Nomor 11 Tahun 2008)

---

<sup>62</sup> Ana Toni Roby Candra Yudha, *Fintech Syariah Teori Dan Terapan* (Surabaya: SCOPINDO, 2020).



3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013

PJOK Nomor 1 Tahun 2013 tentang perlindungan konsumen sektor jasa keuangan secara umum, pada pasal 1 ayat 3 menjelaskan bahwa hal ini mencakup tindakan perusahaan jasa keuangan untuk melindungi konsumen, (Peraturan OJK Indonesia No1/PJOK.07/2013).

4) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pada pasal 1 ayat (1) dan ayat (2) menjelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk melindungi konsumen dengan tetap menjaga kepastian hukum. Konsumen meliputi dirinya sendiri, orang lain, anggota keluarga, dan makhluk hidup lainnya yang tidak bermaksud memperdagangkan atau menggunakan produk yang tersedia di masyarakat, baik barang maupun jasa. (UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen 2004).

5) Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012

Peraturan ini diterbitkan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan perdagangan elektronik sesuai dengan undang-undang No. 11 Tahun 2008. (PP Republik Indonesia No 82 Tahun 2012) memuat aturan-aturan dalam melakukan transaksi elektronik dan peraturan mengenai hak dan kewajiban setiap badan hukum.

## 6) Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017

Pada pasal 3 ayat (1) mengatur kategori penerapan teknologi keuangan bagi penyelenggaraan sistem pembayaran. Pinjaman, pembiayaan dan penyediaan modal. Manajemen investasi dan manajemen risiko dan jasa keuangan lainnya (Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017).

Dalam Al-Qur'an sendiri dasar hukum fintech syariah sendiri sama dengan prinsip syariah salah satunya yaitu mengenai perjanjian/perikatan. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا  
وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ مَعَكُمْ سِيْرًا

*Ingatlah nikmat Allah kepadamu dan perjanjian-Nya yang telah Dia ikatkan kepadamu ketika kamu mengatakan, “Kami mendengar dan kami menaati.” Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala isi hati. Al-Mā'idah [5]:7*

### c. Jenis -Jenis *Financial Technology* Syariah

Fintech syariah biasanya memiliki tiga jenis produk:<sup>63</sup>

#### 1) *Crowdfunding* (Penghimpunan Dana) Syariah

Dana untuk mendukung proyek atau bisnis tertentu yang dilakukan oleh sejumlah besar individu atau kelompok, seringkali

---

<sup>63</sup>Zumratul Hasanah dkk, “Pengaruh Kemudahan , Kepuasan , Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Fintech Syariah Di Kota Jambi.” *Najaha Iqtishod Journal Of Islamic Economic And Finance*, vol.5, no. 2, (2024), hlm. 66.

melalui platform online. Beberapa perusahaan crowdfunding syariah yang masuk daftar OJK antara lain shafiq.

### 2) *Peer To Peer Lending* (P2P) Syariah

*Peer-to-peer lending* merupakan suatu bentuk pinjaman berdasarkan prinsip syariah dan melibatkan praktik peminjaman antara individu. Pada dasarnya, peminjam dan pemberi pinjaman terhubung melalui platform yang disediakan oleh perusahaan penyelenggaraan. Pinjaman *peer to peer* (P2P) syariah yang terdaftar di daftar OJK antara lain Ammana.id, Alami, Qazwa.id, Papatupi Syariah, Dana Syariah, Duha Syariah, dan Ethis.

### 3) *Multipayment* (Alat Pembayaran) Syariah

Multipayment adalah fasilitas transaksi yang disediakan oleh layanan aplikasi e-commerce yang memungkinkan pelanggan melakukan pembayaran langsung untuk kegiatan bisnis elektronik atau bisnis online. Fitur ini dirancang untuk membantu UMKM mengurangi konsumsi sumber daya dan memberikan pemantauan transaksi yang mudah, keandalan tingkat tinggi, proses cepat, perlindungan data dan keamanan optimal. Beberapa pembayaran syariah yang terdaftar di daftar OJK antara lain pembayaran syariah LinkAja Syariah lainnya.

**d. Manfaat *Financial Technology Syariah***

1) Membantu Pelaku UMKM

Pada saat mengajukan pembiayaan UMKM, bank memiliki banyak persyaratan yang lebih kompleks dibandingkan fintech. Oleh karena itu, *fintech syariah* menjadi jawaban dalam pembiayaan bagi pelaku UMKM karena lebih mudah, murah, lebih cepat dan lebih efisien.

2) Bebas Riba

Pada *fintech syariah* mengutamakan tiga prinsip syariah dari tiga Maghrib aytu maysir, gharar dan bebas dari riba. Hal ini membuat *fintech syariah* lebih aman karena tidak ada suku bunga. *Fintech syariah* mendapat manfaat dari istilah yang dikenal dalam hukum islam yaitu bagi hasil dari keuntungan yang dihasilkan.

3) Menguntungkan Banyak Pihak

Peran *fintech* adalah menjadi jembatan antara pemilik dana dan pihak yang membutuhkan, sehingga tetap terjaga keseimbangan antara keduanya. Oleh karena itu, *fintech* tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat menengah ke atas dalam menghasilkan keuntungan, namun juga meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat UMKM.

4) Proses Yang Mudah

*Fintech* mudah diakses secara online kapanpun dan dimanapun dapat melakukan transaksi keuangan melalui *fintech*

hanya dengan menggunakan smarthphone dan internet. Dengan pemanfaatan smarthphone dan internet, transaksi keuangan sudah bisa dilakukan melalui *fintech*.

5) Lebih Aman

*Fintech* syariah tanpa riba dengan bunga hanya menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain sehingga lebih aman. Selain itu, ada aturan yang harus dipatuhi dalam bisnis *fintech* syariah artinya harus mengikuti aturan DSN-MUI dan OJK.<sup>64</sup>

**e. Indikator *Financial Technology* Syariah**

Menurut Bank Indonesia *Financial technology* syariah memiliki indikator sebagai berikut,<sup>65</sup>

1) Pembiayaan *Crowdfunding* Syariah

Klasifikasi ini didasarkan pada fungsi platform sebagai sarana bertemunya pencari modal dan investor di bidang pembiayaan syariah. Platform ini menggunakan teknologi informasi, khususnya internet, untuk menyediakan layanan peminjaman uang sesuai dengan prinsip syariah seperti menghindari riba dan menjami keadilan dalam bertransaksi.

---

<sup>64</sup> Rahmat Kurniawan dan Annisyah Paradhita Sari, "Sinergitas *Fintech* Syariah Dan UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat," *JMWS: Jurnal Multidisiplin West Science*, vol. 01, no. 02 (2022), hlm. 206–207.

<sup>65</sup> Liliana, "Peran *Fintech* Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, vol.19, no. 2 (2021), hlm. 92.

## 2) Agregator Pasar

Kategori ini adalah media yang mengumpulkan dan mengagregasi data keuangan dari berbagai penyedia data untuk disajikan kepada pengguna berdasarkan prinsip syariah. Data keuangan ini membantu pengguna membandingkan dan memilih produk keuangan terbaik yang sesuai dengan syariah, seperti investasi halal dan produk bebas bunga.

## 3) Manajemen Risiko dan Investasi

Klasifikasi layanan yang membantu pelaksanaan perencanaan keuangan sesuai syariah, termasuk pengelolaan risiko investasi dan kondisi keuangan pengguna dapat tetap mengendalikan situasi keuangan mereka dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah ketika mengelola aset dan investasi, termasuk investasi yang diperbolehkan (halal) dan non-spekulatif.

## 4) Pembayaran, penyelesaian dan kliring

Layanan teknologi keuangan syariah dalam kategori ini dirancang untuk memungkinkan pengguna melakukan transaksi pembayaran, penyelesaian dan kliring sesuai dengan aturan syariah.

## 5. Usaha, Mikro Kecil dan Menengah

### a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro, kecil dan menengah adalah salah satu jenis usaha yang berbeda dalam hal permodalan, omzet, dan jumlah karyawan. UMKM ini memiliki tiga kategori yaitu usaha mikro, kecil dan menengah. Pada usaha mikro memiliki aset dan keuntungan terendah dan biasanya dilakukan oleh perorangan atau keluarga. Sedangkan usaha kecil dan menengah mempunyai modal penjualan lebih besar, serta mempunyai lebih banyak karyawan, jadi usaha kecil dan menengah ini lebih besar dibandingkan dengan usaha mikro.

Pada kementerian koperasi dan UMKM adalah Usaha yang ditandai dengan sejumlah aset atau omzet tahunan menurut standar pemerintah, dan dimiliki serta dioperasikan oleh satu atau lebih warga negara Indonesia. Sedangkan menurut Direktorat Jenderal Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM adalah suatu badan usaha yang mempunyai jumlah karyawan yang sebanyak tidak lebih dari 200 orang dan aset tidak melebihi Rp 10 miliar<sup>66</sup>.

Berdasarkan pengertian di atas bahwasannya UMKM dibagi menjadi tiga kategori yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah yang dibedakan berdasarkan modal, omset dan jumlah karyawan. Usaha mikro memiliki tingkat aset dan keuntungan paling rendah, sedangkan usaha

---

<sup>66</sup> Satriaji Vinanta, "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat," *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023), hlm: 4.

kecil dan menengah memiliki modal, penjualan, dan jumlah karyawan yang lebih besar UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian dengan membantu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan kementerian koperasi dan UMKM klasifikasi UMKM didasarkan pada aset sementara direktorat jenderal pembinaan UMKM menyatakan bahwa UMKM memiliki maksimal 200 karyawan dan aset 10 miliar.

Ada beberapa jenis usaha yang tergolong Usaha Mikro Kecil dan Menengah:<sup>67</sup>

- 1) Perdagangan, termasuk pada usaha dalam perdagangan eceran atau grosir.
- 2) Manufaktur, yaitu pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi, pengolahan barang setengah jadi menjadi barang yang sudah jadi
- 3) Usaha pada industri jasa pada umumnya seperti biro perjalanan, pendidikan, fotografi, catering, event organizer dan desain grafis.
- 4) Usaha pertanian, khususnya yang bergerak di bidang perkebunan, pertanian dan perikanan.
- 5) Ekstraktif yaitu pekerjaan yang di sektor pertambangan

---

<sup>67</sup> Amanda Rizkita Putri dkk, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pelaku Umkm Wilayah Bogor Terhadap Minat Pembiayaan Melalui Fintech Lending Syariah", *Jurnal Syarikah P*, vol. 8, no. 1 (2022), hlm. 134.



**b. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2002 dalam pasal 6 tentang kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria pada Usaha Mikro adalah sebagai berikut
  - a) Kekayaan bersih termasuk tanah dan bangunan fasilitas komersial tidak melebihi Rp50.000.000,00
  - b) Hasil penjualan tahunan maksimal adalah Rp300.000.000,00
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a) Kekayaan bersih termasuk tanah dan bangunan kantor usaha harus melebihi Rp50.000.000,00 dan tidak melebihi jumlah maksimum Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan lebih banyak Rp2.500.000.000,00
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00

### c. Kelebihan dan Kelemahan UMKM

Usaha kecil dan menengah memiliki berbagai keunggulan, terutama dalam hal pendirian dan pengoperasiannya, karena ukurannya yang kecil dan tentu saja fleksibilitasnya yang lebih besar. Ada beberapa kelebihan dari UMKM:<sup>68</sup>

#### 1. Fleksibel Operasional

Usaha kecilnya biasanya dijalankan oleh tim kecil, yang masing-masing anggotanya memiliki otoritas pengambilan keputusan. Hal ini membuat UMKM lebih fleksibel dalam menjalankan operasionalnya sehari-hari. Perusahaan kecil ini lebih kompetitif karena kecepatan reaksi perusahaan terhadap setiap perubahan (seperti perubahan referensi konsumen atau tren produk) cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.

#### 2. Kecepatan Inovasi

UMKM tidak memiliki hierarki atau kendali organisasi, produk dan ide baru dapat langsung dirancang, diedit, dan dibawa ke pasar. Sekalipun ide bagus datang dari kepala karyawan dan bukan dari pemilik, kedekatan diantara mereka membuat ide tersebut lebih mungkin didengar, diterima, dan menerapkannya.

---

<sup>68</sup> Nuramalia Hasanah, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019).

### 3. Struktur Biaya Rendah

Kebanyakan usaha kecil tidak memiliki ruang kerja khusus di dalam kompleks perkantoran. Adapun yang dikelola sebagai rumah oleh keluarganya. Hal ini mengurangi biaya operasional tambahan (overhead). Selain itu, UMKM menerima dukungan dari pemerintah, organisasi, non pemerintah dan bank dalam bentuk insentif pajak, sumbangan dan hibah. Faktor ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan pembuatan dan pengoperasiannya.

### 4. Kemampuan Fokus di Sektor yang Spesifik

Usaha kecil tidak perlu mencapai volume penjualan yang besar untuk mencapai titik impas (BEP). Elemen ini memungkinkan usaha kecil untuk fokus pada produk atau area pasar tertentu. Misalnya: sebuah usaha kerajinan rumah tangga dapat memperoleh keuntungan hanya dengan berfokus pada pengembangan jenis dan model kerajinan tertentu serta memenuhi kebutuhan konsumen tertentu.

Kelemahan yang sering menghambat atau menimbulkan permasalahan bagi usaha mikro terdiri dari dua faktor:<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Salman Al Farisi dkk, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, vol. 9, no. 1 (2022), hlm. 78.

a) Faktor internal merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha kecil, menengah, dan mikro yaitu sebagai berikut:

- 1) Terbatasnya kemampuan sumber daya manusia
- 2) Dalam keterbatasan wilayah pemasaran produk, sebagian besar pemilik UMKM mengutamakan sisi produksi, sedangkan fungsi pemasaran tidak dapat diakses terutama dalam memperoleh informasi pasar dan jaringan pasar.
- 3) Konsumen cenderung tidak mempercayai kualitas produk dari industri kecil.
- 4) Bagi sebagian besar industri kecil; yang menggunakan modal sendiri, kendala yang sering dihadapi adalah modal usaha yang jumlahnya relatif kecil.

b) Faktor eksternal merupakan permasalahan yang disebabkan oleh pengembangan dan pengawasan UMKM. Misalnya, solusi masalah yang diusulkan tidak efektif, pemantauan sering tidak dilakukan dan program tidak selesai.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi acuan bagi penulis dalam proses melakukan penelitiannya sehingga penulis dapat memperkaya landasan teori yang digunakan dalam tinjauan penelitian yang dilakukan. Dari hasil

tinjauan literatur, penulis menentukan sejumlah penelitian terkait mobile banking, zakat, minat, TPB dan TAM. Berikut ini disajikan penelitian-penelitian terdahulu berupa beberapa review dan disertai yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| No               | Nama Penelitian                                                           | Tahun Penelitian                                                                                                                                     | Judul Penelitian                                                                      | Metode                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                | Ismi Khoiroiya h,Dian Apradika Kusumawati dan Ika indriasar <sup>70</sup> | 2020                                                                                                                                                 | Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH) Di Jawa Tengah | Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini diuji secara statistik dengan alat uji regresi linier menggunakan SPSS 23. Jenis penelitian yang digunakan yaitu non probability sampling method. |
| Hasil Penelitian |                                                                           | Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara positif |                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 |

<sup>70</sup>Ismi Khoiriyah dkk, "Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Jawa Tengah," *Stability: Journal of Management and Business*, vol. 3, no. 2 (2020).

|           |                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                               |                                                                            |
|-----------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                         | <p>dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>fintech</i>.<br/>Disamping itu persepsi resiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>fintech</i>.</p>                                                                                                                                                                          |                                               |                                                                            |
| Persamaan |                                                         | <p>Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yaitu ada tiga variabel X yang sama yaitu pada Theory Of Planned Behaviour ini ada variabel Kepercayaan dan pada Technology Acceptance Model ini ada variabel yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan,</p>                                                                   |                                               |                                                                            |
| Perbedaan |                                                         | <p>Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada penelitian terdahulu pada populasi yang digunakan adalah masyarakat Jawa Tengah yang memiliki akses terhadap internet sedangkan pada penelitian sekarang yaitu pada populasi yang digunakan adalah pada UMKM di Tasikmalaya yang menggunakan fintech syariah.</p> |                                               |                                                                            |
| 2         | Muhammad Ikhsan Falfaldyovan dan Supriyan <sup>71</sup> | 2021                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Determinan Minat Menggunakan <i>Fintech</i> . | Sampel yang digunakan diperoleh secara purposive sampling. Data penelitian |

<sup>71</sup> Muhammad Ikhsan Falfaldyovan dan Supriyanta, "Determinan Minat Penggunaan Fintech," *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayanan Nasional*, vol. 4, no. 2 (2021), hlm. 14–15.

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |  |                                                                                                                                                                                      |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |  | <p>dikumpulkan</p> <p>menggunakan</p> <p>kuesioner dengan</p> <p>skala likert 1-5 point.</p> <p>Metode analisis data</p> <p>menggunakan analisis</p> <p>regresi linier berganda.</p> |
| Hasil Penelitian | <p>Hasil penelitian yaitu kemudahan, manfaat, fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>fintech</i>, sementara pada risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>fintech</i>.</p>                                                                                                                              |  |  |                                                                                                                                                                                      |
| Persamaan        | <p>Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu salah satu pada variabel X nya ada yang sama yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat</p>                                                                                                                                                                |  |  |                                                                                                                                                                                      |
| Perbedaan        | <p>Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan sekarang yaitu pada penelitian terdahulu itu membahas tentang fintech konvensional dan tempat penelitiannya di surakarta sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu fokus pada fintech yang berbasis syariah dan tempat penelitiannya di kota tasikmalaya</p> |  |  |                                                                                                                                                                                      |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                 |      |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3                | Kania Cahyani, Taufik Chaidir dan Ida Ayu Putri Suprapti.<br><sup>72</sup>                                                                                                                                                                                      | 2022 | Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Financial Technology</i> | Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, namun jenis penelitian yang digunakan eksplanatif. Metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan alat penfumpulan datanya adalah kuesioner. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan SEM PLS. |
| Hasil Penelitian | Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel literasi keuangan secara empirik ternyata berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan <i>financial technology</i> . Kontribusi langsung variabel literasi keuangan terhadap minat |      |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

<sup>72</sup> Kania Cahyani dkk, "Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology," *Oportunitas Ekonomi Pembangunan*, vol. 1, no. 2 (2022), hlm. 36–37.



|           |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                  |                                                                                                                                         |
|-----------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                | penggunaan layanan <i>financial technology</i> . Pengujian hipotesis nya yaitu menggunakan SEM PLS.                                                                                                                                                                                                    |                                                                                  |                                                                                                                                         |
| Persamaan |                                                | Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah pada variabel dependen yaitu berpengaruh terhadap minat menggunakan Fintech Technology dan penelitiannya menggunakan penelitian kuantitatif.                                                                               |                                                                                  |                                                                                                                                         |
| Perbedaan |                                                | Meninjau dari penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dengan peneliti yang dilakukan kebaruan dari penelitian yang dilaksanakan terletak pada lima variabel penelitian dan befokus pada maalah yang akan dibahas yaitu norma subjektif, kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. |                                                                                  |                                                                                                                                         |
| 4         | Suyanto dan Taufan Adi Kurniawan <sup>73</sup> | 2019                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech Pada UMKM Dengan | Pengambilan sampel menggunakan <i>purposive random sampling</i> . Teknik analisis datanya menggunakan SEM PLS dengan melakukan evaluasi |

<sup>73</sup> Suyanto dan Taufan Adi Kurniawan, "Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* vol. 16, no. 1 (2019), hlm. 183–84.

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |                                                                             |                                             |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  | Menggunakan<br><i>Technology</i><br><i>Acceptance</i><br><i>Model</i> (TAM) | <i>outer model</i> dan <i>inner model</i> . |
| Hasil Penelitian | <p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan komputer (CSE) tidak mempengaruhi persepsi kegunaan (POU) terhadap perangkat lunak Fintech, sehingga pengguna UMKM tetap melihat fintech sebagai alat yang berguna meskipun tidak mahir dalam komputer. Namun kemampuan menggunakan komputer berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEU), dimana penggunaan yang lebih terampil merasa fintech lebih mudah digunakan. Persepsi kemudahan ini juga berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, yang menunjukkan bahwa jika fintech mudah digunakan, pengguna akan lebih melihat manfaatnya, selanjutnya persepsi kegunaan mempengaruhi sikap pengguna terhadap fintech, tetapi persepsi kemudahan tidak mempengaruhi mereka. Sikap pengguna berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk mengadopsi fintech meskipun minat tersebut tidak selalu</p> |  |                                                                             |                                             |

|   |                                                          |      |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---|----------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                          |      |                                                                                  | diterjemahkan menjadi pengguna nyata, kemungkinan karena faktor-faktor seperti keamanan dan kebaruan teknologi <i>fintech</i> .                                                                                                                                                                                              |
|   | Persamaan                                                |      |                                                                                  | Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah ada satu variabel X nya yang sama yaitu pada persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan.                                                                                                                                                           |
|   | Perbedaan                                                |      |                                                                                  | Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel nya ada kebaruan di penelitian sekarang yaitu ada 4 variabel penelitian yang berbeda. Penelitian ini akan berfokus pada masalah yang akan dibahas yaitu norma subjektif, kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. |
| 5 | Mohammad Mileno Wiguno dan Taufikur Rahman <sup>74</sup> | 2023 | Analisis Determinan Minat Menggunakan <i>Peer To Peer Lending</i> Syariah dengan | Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Pengambilan sampel pada penelitian                                                                                                                                                                                                      |

<sup>74</sup> Mohammad Mileno Wiguno dan Taufikur Rahman, "Analisis Determinan Minat Menggunakan Peer To Peer Lending Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating," *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, vol. 11, no. 1 (2023), hlm .93.

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                   |                                                |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Religiusitas<br>sebagai<br>Variabel<br>Moderating | ini menggunakan<br><i>purposive sampling</i> . |
| Hasil Penelitian | <p>Berdasarkan hasil penelitian kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan P2P Syariah Lending. Dengan kata lain jika ada yang merasa lebih mudah maka akan lebih tertarik menggunakan pembiayaan P2P Syariah. Pada variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan P2P Lending Syariah. Sedangkan pada variabel resiko mempunyai dampak positif terhadap minat pemanfaatan P2P Lending Syariah, namun dampaknya kecil. Dengan kata lain meskipun seseorang merasa risiko yang timbul ketika menggunakan P2P Lending Syariah, namun hal tersebut tidak mempengaruhi minat dalam menggunakan P2P Lending Syariah.</p> |                                                   |                                                |
| Persamaan        | <p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah pada penelitiannya dengan menggunakan teori TAM yang mencakup persepsi kemudahan dan variabel yang sama yaitu variabel kepercayaan dan objek penelitian</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                   |                                                |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |      |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perbedaan        | Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang terdahulu berfokus pada Peer To Peer Lending Syariah sedangkan penelitian yang dilakukan ini ada kebaruan yang berfokus menggunakan teori yaitu menggunakan teori TPB dan TAM untuk memperluas teori tersebut dan terfokus juga pada Fintech Syariah. |      |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |
| 6                | Syaefullah<br>,Wawan<br>Setiawan,<br>dan Siska<br>Maryatih <sup>75</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2023 | Minat<br><br>Menggunakan<br><br>Fintech<br><br>Dengan<br><br>Kepercayaan<br><br>Dan Persepsi<br><br>Kemudahan | Penelitian ini<br><br>menggunakan<br><br>pendekatan kuantitatif.<br><br>Rumus penelitian yang<br><br>digunakan yaitu<br><br>lemeslow, sedangkan<br><br>teknik penelitian<br><br>menggunakan SPSS<br><br>versi 25. |
| Hasil Penelitian | Hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan bahwa dilihat dari hasil secara statistik hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel kepercayaan (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menggunakan (Y) Fintech pada                                                                                                |      |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   |

<sup>75</sup> Syaefullah dkk, "DIGIBIS: Digital Business Journal IN USING FINTECH WITH TRUST AND PERCEPTION OF EASY," *DIGIBIS: Digital Business Journal*, vol. 2, no. 1 (2023).

|   |                                                     |      |                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---|-----------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                     |      |                                                             | Akulaku masyarakat kecamatan kresek. Dan dilihat dari hasil uji hipotesis dan signifikan hipotesis, dikehui bahwa variabel persepsi kemudahan (X2) menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menggunakan (Y) PADA Fintech Akulaku pada masyarakat kecamatan kresek. |
|   | Persamaan                                           |      |                                                             | Persamaan dari penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel X nya ada yang sama yaitu pada variabel kepercayaan dan persepsi kemudahan.                                                                                                |
|   | Perbedaan                                           |      |                                                             | Perbedaan dari penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan adalah ada kebaruan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu pada populasinya kepada UMKM yang menggunakan akan Fintech Syariah.                                                              |
| 7 | Nurdiana Handayani dan Achmad Badjuri <sup>76</sup> | 2022 | Determinan terhadap perkembangan UMKM di kabupaten Pemalang | Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sumber data adalah data primer melalui metode                                                                                                                                                 |

---

<sup>76</sup> Nurdiana Handayani dan Achmad Badjuri, "Determinan Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Pemalang," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, vol. 4, no. 12 (2022): 5785–93.

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |                                                                                                                                                                                                    |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  | <p>pengumpulan data yaitu wawancara langsung dan dukungan data sekunder dari Diskoperindag Kabupaten Pemalang mengenai subjek penelitian. Analisis terhadap data menggunakan regresi berganda.</p> |
| Hasil Penelitian | <p>Hasil dari penelitian ini yaitu literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten pemalang sedangkan Fintech terkait pembayaran dan peminjaman tidak berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Pemalang dan Financial Technology.</p> |  |  |                                                                                                                                                                                                    |
| Persamaan        | <p>Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah pada populasinya sama yaitu kepada UMKM dan membahas tentang financial technology.</p>                                                                                                                                                |  |  |                                                                                                                                                                                                    |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perbedaan | Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan yaitu pada tempat penelitiannya berbeda, penelitian terdahulu tempat penelitiannya di Kabupaten Pematang Sempang sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu di Kota Tasikmalaya dan pada jenis penelitiannya berbeda penelitian terdahulu jenis penelitiannya kualitatif sedangkan jenis penelitian yang dilakukan yaitu kuantitatif. |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Penelitian ini memiliki kebaruan yang signifikan karena mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *fintech syariah* pada UMKM di Kota Tasikmalaya. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengintegrasian 2 teori yaitu *teori planned behaviour* dan *teori acceptance model* dengan konsep *fintech syariah* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *fintech syariah* yaitu norma subjektif, kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu pada populasinya masyarakat Jawa Tengah yang memiliki akses internet sedangkan pada penelitian sekarang yaitu pada UMKM di Kota Tasikmalaya yang menggunakan *fintech syariah* karena sektor ini seringkali membutuhkan akses ke sumber dana yang memadai untuk mengembangkan usahanya dan *fintech syariah* dapat menjadi solusi yang tepat. Dengan



menggunakan fintech syariah UMKM dapat memperoleh layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan meningkatkan kinerja usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *fintech* syariah pada UMKM, sehingga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi syariah dan inklusif.

Penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang signifikan karena dapat memberikan rekomendasi yang strategis mengenai kesadaran dan penerimaan inovasi produk fintech syariah kepada Pemerintah Kota Tasikmalaya, perusahaan Fintech Syariah dan pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap kemajuan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia.

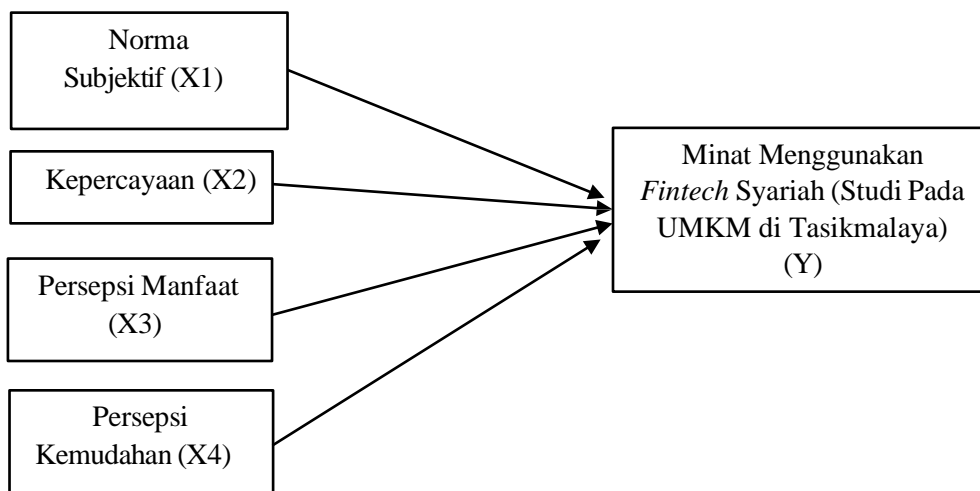
### **C. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan landasan teori di atas, penelitian terdahulu, dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sebagai dasar pengembangan hipotesis, maka kerangka model pengaruh antar variabel penelitian diuraikan dibawah ini. Tujuan penelitian ini ini adalah untuk menguji pengaruh antar variabel independen (bebas) dan dependen (gabungan), dimana variabel independen (bebas) yaitu minat menggunakan fintech syariah dipengaruhi oleh norma subjektif (X) dengan indikator keyakinan dari dukungan keluarga, keyakinan dari dukungan teman, keyakinan dari dukungan pengusaha sukses dan keyakinan terhadap dukungan pengusaha dari pihak-pihak yang dianggap penting, serta pada kepercayaan (X) dengan

indikator yaitu kejujuran, kompetensi kemampuan mengkonstruksi pengetahuan melaksanakan tugas berdasarkan pengalaman hidup, dan keterbukaan. Faktor tersebut berdasarkan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB).

Selanjutnya minat menggunakan *fintech* syariah dipengaruhi oleh persepsi manfaat dengan indikator yaitu akselerasi kerja (bekerja lebih cepat), peningkatan prestasi kerja (kinerja), produktivitas (peningkatan beban kerja), efektivitas, menjadikan pekerjaan lebih mudah dan bermanfaat serta pada persepsi kemudahan dengan indikatornya yaitu *Clear* (Jelas), *understandable* (mudah dipahami), *does not require a lot of mental effort* (tidak memerlukan banyak usaha), *Easy of use* (mudah digunakan) dan *Easy to get the system to do what he/she want to do* (mudah didapatkan saat akan digunakan). Faktor tersebut termasuk pada *Technology Acceptance Model* (TAM).

Oleh karena itu berdasarkan penjelasan teoritis diatas tampak bahwa variabel independen (bebas) yaitu pada *Theory Of Planned Behaviour* (TPB), termasuk dari theory ini memiliki bagian yaitu norma subjektif dan kepercayaan. Serta pada *Technology Acceptance Model* memiliki beberapa bagian yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpotensi mempengaruhi perilaku UMKM. Kerangka berfikir penelitian ini dapat dijelaskan pada diagram yang ditunjukkan pada gambar dibawah:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber: Theory Behaviour Planned dan Technology acceptance Model**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu asumsi, dugaan, atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau ditolak secara empiris. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat ditolak. Surakhmad menjelaskan hipotesis ini berasal dari kata "hipo" (kurang dari) dan "tesis" (pendapatan). Oleh karena itu hipotesis masih belum mengarah pada kesimpulan pendapat. Namun kesimpulan tersebut belum final dan masih perlu diverifikasi kebenarannya.<sup>77</sup>

Para ahli statistik mengatakan ada dua hipotesis dalam suatu pengujian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) atau hipotesis alternatif yang akan di uji. Hipotesis yang pertama ini mengandung asumsi bahwa suatu pernyataan

---

<sup>77</sup> Dian Kusuma Wardani, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif)* (Tambakberas Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah, 2020).

lainnya. Hipotesis kedua adalah hipotesis alternatif yang berlawanan dengan hipotesis nol ( $H_0$ )<sup>78</sup>.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis (X1)

$H_{01}$ : Norma Subjektif (X1) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

$H_{a1}$ : Norma Subjektif (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

2. Hipotesis (X2)

$H_{02}$ : Kepercayaan (X2) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

$H_{a2}$ : Kepercayaan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

---

<sup>78</sup> Akhmad Mustofa , *Uji Hipotesis Statistik* (Yogyakarta: Gapura Publishing.com, n.d.).hlm:2

3. Hipotesis (X3)

Ho3: Persepsi Manfaat (X3) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Fintech Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

Ha3: Persepsi Manfaat (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Fintech Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

4. Hipotesis (X4)

Ho4: Persepsi Kemudahan (X4) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* Syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)

Ha4: Persepsi Kemudahan (X4) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* syariah (Studi Pada UMKM di Tasikmalaya) (Y)