

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan pada sesuatu, atau motivasi kuat dalam diri seseorang untuk melakukan hal-hal yang dikehendaki.¹⁴ Dalam pengertian lain dijelaskan bahwa minat merupakan rasa lebih suka ketertarikan terhadap sesuatu atau pada kegiatan, sehingga pada hakikatnya minat terdiri atas hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal dari luar diri yang mana semakin kuat hubungan itu maka akan semakin besar juga minatnya.¹⁵

Dari defisini yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah motivasi atau kecendeungan pribadi yang kuat terhadap suatu objek, kegiatan atau hal tertentu yang muncul dari rasa suka dan ketertarikan.

¹⁴ Dwi Nastiti, *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori DaBagaskaara*. (2023). Menilik UU No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Indonesia. Mutu Internaional. <https://mutucertification.com/uu-no-20-tahun-2003-sistem-pendidikan/n> Aplikasinya, *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*, 2021 <<https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-623-6833-74-2/1011>>.

¹⁵ Yayat Suharyat, “Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia,” *Jurnal Region*, 1.3 (2009), 1–19.

b. Indikator Minat

Berikut merupakan beberapa indikator minat menurut Crow dan Crow¹⁶

a. Keterlibatan

Menurut Setiadi, keterlibatan adalah tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi spesifik hingga jangkauan kehadirannya.¹⁷ Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa keterlibatan merupakan kondisi psikologis yang mengukur seberapa besar sebuah objek bagi seseorang dan seberapa besar objek itu menarik perhatiannya.

b. Ketertarikan

Ketertarikan dapat mendorong individu untuk melibatkan diri secara aktif dalam proses belajar, mengeksplorasi topik yang diminati, dan berusaha untuk memahami yang ingin dipelajari.¹⁸ Adanya daya pikat atau kecenderungan emosional yang kuat terhadap suatu objek sehingga mendorong individu untuk mencari tahu lebih dalam.

c. Perhatian

Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau

¹⁶ Lester D. Crow dan Alice Crow, *Educational Psychology* (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1984).

¹⁷ Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008).

¹⁸ Furqon Muhammad, *Minat Belajar* (Solok: PT Mafty Media Literasi Indonesia, 2024).

sekumpulan objek.¹⁹ Artinya, perhatian ini secara sadar atau tidak sadar dapat mengarahkan kita kepada hal tertentu sehingga hal lain yang kurang penting akan diabaikan.

d. Dorongan dari dalam (motivasi intrinsik)

Dorongan dari dalam merupakan keinginan bertindak yang sangat kuat yang disebabkan dari diri sendiri.²⁰ Dorongan dari dalam ini berasal dari kebutuhan, keinginan dan kepuasan diri sendiri yang secara alami mendorong individu untuk terlibat.

e. Dorongan dari Luar (motivasi ekstrinsik)

Dorongan dari luar ini merupakan segala sesuatu yang diperoleh melalui pengamatan sendiri, atau melalui saran dan anjuran dari orang lain.²¹ Individu yang digerakkan oleh motivasi ini akan melakukansesutau bukan karena mereka menikmatinya secara internal melainkan sebagai sarana untuk mencapai konsekuensi yang diinginkan dari lingkungan luar.

f. Motif sosial

Motivasi sosial merupakan dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia ke dalam bentuk aktivitas nyata untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman individu dalam

¹⁹ Saleh Adnan Achruddin, *Pengantar Psikologi* (Makassar: Penerbit Aksara Timur, 2018).

²⁰ Lusi Marleni, "Faktot-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Bangkinang," *Jurnal Cendikia*, 1.1 (2016), 149–59.

²¹ Marleni. "Faktot-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Bangkinang," *Jurnal Cendikia*, 1 (2016).

interaksi dengan lingkungannya.²² Ini merupakan dorongan untuk terlibat dalam suatu kegiatan karena keinginan untuk diterima, diakui, atau disukai oleh kelompok sosial atau komunitas tertentu.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi munculnya minat pada seseorang yaitu sebagai berikut:²³

a. Dorongan dari dalam

Dorongan dari dalam merupakan faktor internal yang berasal dari individu itu sendiri tanpa adanya tekanan atau paksaan dari luar, serta termasuk ke dalam faktor kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.²⁴ Faktor ini kuat karena alami dan berkelanjutan, namun bisa berkurang dan berubah apabila ada faktor atau gangguan eksternal seperti tekanan waktu atau kurangnya dukungan lingkungan.

b. Motif sosial

Motif sosial berkaitan dengan pengaruh sosial seperti interaksi, di mana individu terpengaruh oleh norma dan keinginan untuk diterima orang lain. Hal ini erat dengan

²² Perdana Fani Juliyanto, "Pentingnya Kepercayaan Diri dan Motivasi Sosial dalam Keaktifan Mengikuti Proses Kegiatan Belajar," *Jurnal Eduksos*, VIII.2 (2019), 70–87.

²³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Didaktik Pendidikan Agama*, Jakarta (Bulan Bintang).

²⁴ Zet Ena dan Sirda H. Djani, "Peranan Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Minat Personel Bhabinkamtibmas Polres Kupang Kota," *Jurnal Among Makarti*, 13.2 (2020), 68–77.

pengaruh lingkungan terutama keluarga dan teman yang membentuk perilaku minat seseorang melalui proses sosialisasi. Sehingga motif sosial ini muncul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi bagi setiap individu.²⁵

c. Faktor emosional

Mengingat bahwa minat sangat berhubungan dengan emosi.²⁶ Faktor emosional ini melibatkan peran emosi dalam membentuk minat seperti kegembiraan, kecemasan atau empati yang memicu keterlibatan. Misalnya, emosi positif yang dapat meningkatkan minat sedangkan emosi negatif dapat menghambat minat.

2. Infak dan Sedekah

a. Infak

Infak berasal dari bahasa Arab yaitu “*anfaqa*” yang bermakna mengeluarkan harta untuk kepentingan tertentu. Secara terminologi infak ialah tindakan mengeluarkan sebagian harta dengan tujuan untuk memenuhi ajaran Islam.²⁷ Firman Allah SWT., dalam surat Al-Baqarah ayat 261.

²⁵ M.Si Syamsul, Dr. Bambang Arifin, *Psikologi Sosial, Psikologi Sosial* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 1.

²⁶ Wiliyanti Then, “Pengaruh Minat Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Sekolah Tinggi Bahasa Harapan Bersama,” *Jurnal Cakrawala Mandarin*, 3.2 (2020), 1 <<https://doi.org/10.36279/apsmi.v3i2.76>>.

²⁷ Harjoni, *Mengenal Lebih Dekat Manajemen Zakat, Infak, Shodakah dan Wakaf* (Malang: Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024).

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ فِي كُلِّ

سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Maha Luas lagi Maha Mengetahui.” (QS. Al Baqarah [2]: 261)

Berdasarkan tafsir Al-Maraghi, ayat ini menjelaskan mengenai keutamaan infaq di jalan Allah. Allah SWT juga menegaskan bahwa amal kebaikan itu pahalanya akan dilipat gandakan oleh Allah menjadi tujuh ratus kali lipat. Apabila pengaruh infaq ini telah membekas, hingga agamanya menjadi kuat di antara mereka dan seluruh umat dapat merasakan kebahagiaan, berarti mereka semua telah merasakan hasil yang membawa kebaikan yang melimpah kepada mereka.²⁸

Sebetulnya infak berbeda dengan zakat karena tidak memiliki nisab dan haul serta dapat dilaksanakan oleh siapa saja dan kapan saja. Dalam praktiknya sendiri, infak dapat berupa sumbangan uang untuk masjid, bantuan makanan atau bahkan

²⁸ Oleh H Bagus Setiawan, “INFAQ DALAM TAFSIR AL- QUR ’ AN SURAT AL -BAQARAH,” *Islamic Banking*, 1 (2015), 59–67.

kontribusi tenaga dalam aktivitas sosial, sehingga praktik infak ini lebih fleksibel untuk dilaksanakan.

b. Sedekah

Sedekah dalam bahasa Arab yaitu *shadaqoh* yang berarti kebenaran, sedekah juga dapat diartikan sebagai suatu pemberian yang diberika seorang Muslim pada orangg lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi waktu serta jumlah tertentu.²⁹Sedekah juga merupakan amalan yang fleksibel sebab dapat dilakukan kapan saja, berapa saja jumlahnya dan pada siapa saja. Firman Allah SWT., dalam surat Al-Baqarah Ayat 271

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

Artinya: “Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik. (Akan tetapi,) jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al Baqarah [2]: 271)

Sedekah adalah pemberian kepada orang lain tanpa melihat apakah yang diberi itu orang non muslim ataupun muslim, karena pada dasarnya sedekah merupakan pemberian secara sukarela tanpa

²⁹ Qodariah Barkah et al., *Fikih : Zakat, Sedekah, dan Wakaf* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).

memperlihatkan nominal. Namun sedekah memiliki ganjaran utama dari Allah untuk menghapus dosa.³⁰ Selain itu, terlihat juga perbedaan antara sedekah dengan zakat atau infak, yang mana sedekah ini lebih fleksibel untuk ditunaikan.

3. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 untuk menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap individu dalam menerima atau menolak teknologi baru, yaitu sebagai berikut:

a. Kemudahan

Dalam TAM, kemudahan (*perceived ease of use*) berkaitan dengan seberapa besar pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi itu mudah dipelajari serta mudah dalam menggunakannya. Faktor kemudahan ini sangat penting dalam mempengaruhi aspek teknologi oleh pengguna. Semakin mudah teknologi digunakan maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi oleh penggunanya.³¹ Menurut Davis, kemudahan penggunaan yang dirasakan merujuk pada ukuran dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan bebas dari usaha.³²

³⁰ Fariz Lutfhi Ahmad, Hasan Ridwa Ahmad, dan Solehudin Ending, “Keutamaan Sedekah Secara Sembunyi-Sembunyi,” *Jurnal Ilmiah Multifisimpin*, 1.4 (2024), 266–74.

³¹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2023) <<https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>>.

³² Fred D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13.3 (1989), 319–39 <<https://doi.org/10.2307/249008>>.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa faktor kemudahan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi teknologi oleh pengguna, dimana tingkat kemudahan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan kemungkinan adopsi teknologi secara lebih luas dan mendorong pengguna untuk lebih terbuka terhadap inovasi teknologi.

Menurut Pratiwi, terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan yaitu sebagai berikut : ³³

a. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Hal ini mengukur seberapa cepat dan efisien pengguna dapat memahami dasar-dasar suatu sistem dan mulai menggunakannya untuk mencapai tujuan mereka. Artinya kemudahan bagi pengguna untuk menguasai dan mulai menggunakan fungsi dari sistem atau aplikasi.

b. Dapat dikontrol (*controllable*)

Merupakan kemampuan pengguna untuk mengelola dan mengoperasikan suatu sistem sehingga ada umpan balik yang memadai. Hal ini memastikan bahwa pengguna dapat memulai atau menghentikan suatu tindakan kapan saja. Sebab sistem yang dapat dikontrol akan memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengguna.

³³ Tia Mirna Pratiwi, Farida Indriani, dan Sugiarto, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang," *Jurnal Bisnis Strategi*, 2017, 76–88.

c. Fleksibel

Artinya sejauh mana suatu sistem dapat beradaptasi dengan kebutuhan, preferensi dan gaya kerja dari para penggunanya. Sistem yang fleksibel akan meningkatkan efisiensi karena kemungkinan pengguna ahli untuk bekerja dengan cepat, sementara tetap memberikandukungan dan kemudahan bagi pengguna yang kurang berpengalaman.

d. Mudah digunakan

Merupakan tingkat upaya fisik dan mental yang harus dikeluarkan pengguna saat berinteraksi atau bertransaksi dengan sistem guna mencapai suatu tujuan. Sehingga kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut lebih sedikit mengeluarkan usaha baik waktu atau tenaga.

e. Jelas dan dapat dipahami

Merupakan kualitas informasi, intruksi, dan tampilan pada sistem yang harus jelas, ringkas, dan tidak ambigu sehingga pengguna dapat memahami apa yang harus dilakukan dan apa yang sedang terjadi. Ketika teknologi berhasil mencapai kejelasan ini, pengguna dapat memprediksi hasil dari setiap tindakan yang mereka lakukan dan dengan cepat mengetahui alur navigasi, yang secara langsung mengurangi beban kognitif dan waktu yang dihabiskan untuk mencari tahu cara menggunakan sistem.

b. Kegunaan

Kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan dan menjalankan tugas atau dalam mencapai tujuan mereka.³⁴ Kegunaan dari suatu sistem informasi dapat meningkatkan kinerja sehingga berdampak terhadap penggunaannya.³⁵

Dengan kata lain, faktor kegunaan ini akan menilai apakah teknologi tersebut dapat memberikan manfaat seperti menghemat waktu, meningkatkan efisiensi atau memfasilitasi dalam mencapai tujuan sehingga mendorong minat pengguna untuk menggunakannya. Seperti halnya adopsi QRIS dalam pembayaran infak dan sedekah yang dapat meningkatkan persepsi kegunaan agar lebih efisien, transparan dan bermanfaat bagi penggunaannya.

Dalam teori TAM ini Davis menjelaskan bahwa terdapat 6 indikator yang digunakan dalam mengukur kegunaan sebagaimana tertera dalam penelitian Pratama, yaitu sebagai berikut :³⁶

a. Pekerjaan cepat terselesaikan

Ini menilai efisiensi waktu yang ditawarkan, yang mana pekerjaan cepat terselesaikan berarti pengguna percaya bahwa

³⁴ Wicaksono. *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2023).

³⁵ Wijaya dan Setiawan. "Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Internet Banking & Mobile Banking," *Prosiding National Seminar on ...*, 2022,

³⁶ A. Pratama, S. Z. Wulandari, dan D. L. Indyastuti, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal)," *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5.3 (2002), 355–68.

penggunaan sistem tersebut dapat mengurangi durasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan aktivitas.

b. Meningkatkan kinerja

Hal ini berfokus pada kegunaan sistem yang menunjukkan bahwa pengguna akan menghasilkan *output* yang lebih baik, akurat, atau unggul dibandingkan dengan cara manual.

c. Meningkatkan produktivitas

Secara umum produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai (*output*) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (*input*).³⁷ Ini dapat mengukur sejauh mana pengguna suatu sistem atau alat memungkinkan pengguna untuk menghasilkan *output* yang lebih banyak atau menyelesaikan lebih banyak tugas dalam waktu yang sama. Sistem yang memiliki kegunaan tinggi di aspek produktivitas akan memungkinkan pengguna untuk bekerja lebih cepat dengan hasil yang banyak.

d. Meningkatkan efektivitas

Menilai sejauh mana kemampuan sistem dalam membantu pengguna mencawpai tujuan mereka secara akurat, lengkap dan berkualitas. Sistem yang efektif menyediakan fitur dan informasi yang tepat pada waktu yang tepat dan mengurangi

³⁷ Henni Indrayani, “Penerapan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Efektivitas, efisiensi dan Produktivitas Perusahaan.”

peluang terjadinya kesalahan serta memastikan bahwa tugas yang diselesaikan menghasilkan solusi yang memenuhi sasaran yang dituju.

e. Mempermudah pekerjaan

Mempermudah pekerjaan mengacu pada kemampuan suatu sistem untuk mengurangi kompleksitas dan usaha fisik dan mental yang dibutuhkan pengguna untuk menyelesaikan tugas tertentu.

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) erat kaitannya dengan perilaku sosial seperti kejujuran, konsisten antara pernyataan dan tindakan atau tanggungjawab moral yang berlaku umum dalam masyarakat.³⁸ Kepercayaan terhadap teknologi dapat diartikan sebagai keyakinan bahwa sesuatu dapat memberikan layanan secara penuh terhadap penggunanya.³⁹ Dari dua pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan pada dasarnya merupakan keyakinan atau harapan bahwa suatu hal baik itu manusia atau teknologi akan bertindak dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

³⁸ Pheni Chalid, *Trust: Modal Transaksi Ekonomi dan Relasi Sosial* (Jakarta: CSES Press, 2009) <[http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/33467%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33467/1/PHENI CHALID - TRUST.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/33467%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33467/1/PHENI%20CHALID%20-%20TRUST.pdf)>.

³⁹ Anik Hanifatul Azizah, "Analisis Faktor Kepercayaan Terhadap Teknologi Pada Keinginan Masyarakat Dalam Mengadopsi E-Voting," *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 4.2 (2018), 109–15 <<https://doi.org/10.33197/jitter.vol4.iss2.2018.156>>.

b. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan dapat diukur melalui beberapa indikator seperti yang tertera dalam penelitian Mukherjee dan Nath, serta menurut Setyaningrum dan Muafi yaitu sebagai berikut:

a. Orientasi teknologi

Ini menilai sejauh mana pengguna merasakan kenyamanan dan siap dalam menggunakan teknologi baru untuk menyelesaikan tugas. Pengguna dengan orientasi yang tinggi akan cenderung lebih percaya pada sistem teknologi karena menganggap teknologi sebagai alat yang menguntungkan.

b. Reputasi

Reputasi dibangun dari pengalaman masa lalu seperti testimoni publik dan citra secara keseluruhan. Reputasi yang kuat dan positif akan meningkatkan kepercayaan karena percaya bahwa suatu hal yang memiliki reputasi yang baik akan bertindak jujur dan terpercaya.

c. Persepsi risiko/ keamanan⁴⁰

Ini menilai keyakinan pengguna bahwa data serta transaksi finansial dalam menggunakan teknologi akan aman dari ancaman. Sehingga jika pengguna menganggap risiko atau

⁴⁰ Avinandan Mukherjee dan Prithwiraj Nath, "A model of trust in online relationship banking," *International Journal of Bank Marketing*, 21.1 (2003), 5–15 <<https://doi.org/10.1108/02652320310457767>>.

ancaman keamanan rendah maka tingkat kepercayaan mereka akan meningkat dalam menggunakan suatu layanan/ teknologi.

d. Kenyamanan

Kenyamanan ini meliputi kemudahan akses, kecepatan serta minimnya usaha seperti yang telah dijelaskan dalam indikator kemudahan sebelumnya. Sehingga sistem yang nyaman akan meningkatkan kepercayaan bahwa sistem akan selalu bekerja optimal saat dibutuhkan.

e. Keuntungan ekonomi.⁴¹

Manfaat ekonomi ini dapat berupa penghematan biaya transaksi, penawaran harga yang lebih baik, promosi atau pengembalian dana. Pengguna akan cenderung percaya pada sistem yang secara konsisten memberikan nilai finansial yang jelas.

5. Teman Sebaya

Teman sebaya merupakan sekumpulan orang yang saling berhubungan dan saling interaksi sampai tumbuh perasaan bersama. Interaksi dalam teman sebaya merupakan awalan hubungan pertemanan yang di dalamnya terdapat hubungan timbal balik.⁴² Dalam *Theory of Planned Behavior*, teman sebaya merupakan bagian dari norma

⁴¹ Retno P. Setyaningrum dan Muafi Muafi, "The effect of creativity and innovative behavior on competitive advantage in womenpreneur," *SA Journal of Human Resource Management*, 20 (2022), 1–9 <<https://doi.org/10.4102/sajhrm.v20i0.2069>>.

⁴² Sulistiyowati Budikuncoroningsih, "Pengaruh Teman Sebaya dan Persepsi Pola Asuh Orang Tua Terhadap Agresivitas Siswa di Sekolah Dasar Gugus Sugarda," *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 1.2 (2017), 85 <<https://doi.org/10.30595/jssh.v1i2.1704>>.

subjektif, yang menjelaskan bahwa pendapat orang lain dapat mempengaruhi keputusan kita untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.⁴³ Terdapat fungsi dari teman sebaya yaitu sebagai berikut:⁴⁴

- a. Teman sebaya mengajarkan moral yang baru
- b. Teman sebaya mengajarkan mobilitas sosial
- c. Teman sebaya merupakan informasi baru dari orang tua, guru dan masyarakat
- d. Teman sebaya membantu peranan sosial baru yang lebih bertanggung jawab
- e. Dalam kelompok teman sebaya, masing-masing individu memiliki ketergantungan di antara satu sama lain.

Dalam Miswanto dijelaskan bahwa terhadap beberapa indikator dari teman sebaya yaitu sebagai berikut:⁴⁵

- a. Adanya kesamaan

Teman sebaya akan mencerminkan kesamaan yang menciptakan ikatan emosional dan sosial. Kaitannya dalam penggunaan teknologi yaitu individu akan cenderung merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk mengadopsi teknologi yang sudah digunakan oleh teman sebayanya.

⁴³ Nuri Purwanto, Budiyo, dan Suhermin, *Theory of Planned Behavior : Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022).

⁴⁴ Nasution.

⁴⁵ Miswanto Miswanto, Putri Arneta Sidik, dan Mohamad Faiz Arrafi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 28.2 (2022), 136–51 <<https://doi.org/10.35315/jbe.v28i2.9274>>.

b. Saling memberi dukungan

Indikator ini menunjukkan bahwa anggota sebaya menyediakan bantuan emosional, praktis, dan informasional satu sama lain. Dukungan dari teman sebaya sangat penting untuk membangun rasa percaya diri.

c. Saling mempengaruhi

Saling mempengaruhi merujuk pada proses dinamis di mana tindakan, sikap, nilai dan norma perilaku satu anggota kelompok sebaya menjadi contoh yang membentuk pilihan dan keputusan anggota lain. Dalam hal ini telah terjadi proses di mana keyakinan dan perilaku individu membentuk keyakinan dan perilaku individu lainnya.

d. Saling bertukar informasi

Saling bertukar informasi menggambarkan bagaimana kelompok sebaya berfungsi sebagai sumber pengetahuan dan panduan sosial yang cepat dan relevan. Ini merujuk pada proses berbagi pengetahuan, pengalaman dan pandangan terkait suatu objek atau aktivitas di antara anggota kelompok. Dan tentunya, teman sebaya seringkali merupakan sumber informasi yang terpercaya.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Umi Habibah, Fira Nurafini (2024). ⁴⁶	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Membayar Zakat, Infak dan Shodaqoh menggunakan Fitur Berbagi-ZISWAF BSI	Persepsi kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking BSI, namun persepsi risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat tersebut.	- Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan kegunaan dan kemudahan sebagai variabel independen dan minat sebagai variabel dependen - Meliti terkait pembayaran ZIS menggunakan sistem digital.	- Subjek penelitian terdahulu ialah nasabah BSI, sedangkan penelitian penulis pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam - Penulis menambahkan variabel kepercayaan dan teman sebaya sebagai variabel independen
2	Alya Rahma Putri, Ahmad Fawaiq Suwanan (2025). ⁴⁷	<i>Determinants of Generation Z's Intention to Pay Zakat Digitally</i>	Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi zakat, pengaruh sosial, kepercayaan dan kemudahan secara signifikan mempengaruhi niat generasi z untuk berzakat melalui platform digital.	- Menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan serta pengaruh sosial. Yang mana pada penelitian penulis menggunakan variabel teman sebaya yang merupakan	- Subjek penelitian terdahulu ialah partisipan yang ada di kota Malang, sedangkan penelitian penulis yaitu Mahasiswa Fakultas Agama Islam

⁴⁶ Habibah dan Nurafini. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Risiko terhadap Minat Membayar Zakat, Infak dan Shodaqoh Menggunakan Fitur Berbagi-ZISWAF BSI,"(2024).

⁴⁷ Alya Putri Rahma dan Ahmad Fawaiq Suwanan, "Determinants of Generation Z ' s Intention to Pay Zakat Digitally," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 12.3 (2025), 264–83 <<https://doi.org/10.20473/vol12iss20253pp264-283>>.

				bagian dari pengaruh sosial. - Menggunakan metode kuantitatif	
3	Trisno Wardy Putra, Nurul Abidah, Ummu Khaerunnisa, Risma (2022). ⁴⁸	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Transparansi dan Kepercayaan dalam Menyalurkan ZIS di Aplikasi Kitabisa.Com	Variabel Brand Awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyalurkan ZIS pada aplikasi Kitabisa.Com, variabel transparansi berpengaruh negatif terhadap keputusan menyalurkan ZIS pada aplikasi Kitabisa.Com, variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan menyalurkan ZIS pada aplikasi Kitabisa.com	- Pada penelitian ini terdapat variabel kepercayaan terhadap menyalurkan ZIS di aplikasi Kitabisa.Com - Menggunakan metode kuantitatif	- Subjek pada penelitian penulis ialah Mahasiswa Fakultas Agama Islam mulai dari angkatan 2022-2025 sedangkan penelitian terdahulu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019. - Penulis menambahkan variabel kemudahan, kegunaan dan teman sebaya sebagai variabel independen. - Penelitian penulis menambahkan variabel dependen yaitu minat
4	Mia Yuli Astuti, Afriana Dewi, Anton Priyo	Peran Sikap Proposial Terhadap Minat Berinfak dan Shadaqoh Menggunakan QRIS : Studi	Variabel kemudahan pembayaran, variabel transparansi dan variabel kepercayaan	- Menggunakan minat sebagai variabel dependen - Menggunakan metode kuantitatif	- Penelitian penulis menambahkan kemudahan, kegunaan, kepercayaan dan teman

⁴⁸ Wardy Putra et al.

	Nugroho (2022). ⁴⁹	Kasus Jamaah Masjid Ulil Albab Universitas Islam Indonesia	berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah		sebayu sebagai variabel independen - Objek penelitian terdahulu ialah jamaah masjid Ulil Albab UII sedangkan penulis yaitu pada mahasiswa FAI
5	Fifi Hakimi, Tika Widiastuti, Muhammad Ubaidillah Al-mustofa, Rizqiyyah Al Husanna. ⁵⁰	<i>Positive Effect of Attitude, Peer Influence, and Knowledge Zakat on Zakat Compliance Behavior: Update in Covid 19</i>	Variabel sikap positif dan teman sebaya (<i>peer influence</i>) tidak berpengaruh signifikan, sedangkan pengetahuan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat profesi.	- Menggunakan teman sebaya sebagai variabel dependen - Menggunakan metode kuantitatif	- Penelitian penulis menambahkan kemudahan, kegunaan dan kepercayaan sebagai variabel dependen. - Penelitian terdahulu menggunakan kepatuhan sebagai variabel dependen sedangkan penulis menggunakan variabel minat.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang telah disajikan, dapat diidentifikasi bahwa terdapat beberapa kesamaan serta perbedaan yang signifikan dengan penelitian penulis. Perbedaan atau kebaruan terletak

⁴⁹ Mia Yuli Astuti et al., "Peran Sikap Prosocial Terhadap Minat Berinfak dan Shadaqoh Menggunakan QRIS : Studi Kasus Jamaah Masjid Ulil Albab Universitas Islam Indonesia," 4 (2022), 1066–85.

⁵⁰ Fifi Hakimi et al., "Positive Effect of Attitude, Peer Influence, and Knowledge Zakat on Zakat Compliance Behavior: Update in Covid 19," *Journal of Islamic Economic Laws*, 4.2 (2021), 1–16 <<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.13859>>.

pada adanya teman sebaya (*peer influence*) sebagai variabel dependen, kebaharuan yang sesuai dengan tren saat ini yaitu kajian mengenai adopsi teknologi pembayaran infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS serta objek penelitiannya yaitu mahasiswa Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

C. Kerangka Pemikiran

Minat merupakan rasa lebih suka dan ketertarikan terhadap sesuatu atau pada kegiatan, sehingga pada hakikatnya minat terdiri atas hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal dari luar diri yang mana semakin kuat hubungan itu maka akan semakin besar juga minatnya. Sehingga proses pembentukan minat dapat didorong melalui diri sendiri ataupun dari luar.

Dalam penelitian ini, minat membayar infak, dan sedekah dengan menggunakan teknologi yaitu QRIS dapat dibangun oleh beberapa hal. Sesuai dengan teori adopsi teknologi, teori TAM menekankan kemudahan dan kegunaan menjadi landasan awal yang menjadi prediktor kuat terhadap minat menggunakan teknologi. Teknologi yang mudah digunakan serta memberikan kegunaan/manfaat nyata akan lebih cepat diterima dan diadopsi oleh masyarakat, begitupun dalam adopsi pembayaran infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS.

Faktor lain yang mempengaruhi minat membayar infak dan sedekah menggunakan QRIS ialah kepercayaan. Kepercayaan merupakan faktor yang penting, sebab dengan kepercayaan maka individu akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menggunakan layanan digital

atau teknologi, jika pengguna tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi maka besar kemungkinan mereka akan memutuskan untuk menggunakan sistem tersebut.⁵¹

Faktor terakhir yaitu teman sebaya, dimana pengaruh teman sebaya ini merupakan bagian dari faktor dari lingkungan sosial dan norma subjektif.⁵² Pengaruh teman sebaya terhadap minat membayar infak dan sedekah menggunakan QRIS dapat terlaksana melalui pembentukan bukti sosial sehingga dapat juga menimbulkan kepercayaan.⁵³ Jika seseorang melihat temannya menggunakan QRIS untuk membayar infak dan sedekah atau temannya memberikan informasi mengenai hal tersebut, maka ia akan menganggap perilaku tersebut normal. Sehingga, tekanan positif dari lingkungan terdekat seperti teman sebaya ini seharusnya meningkatkan minat untuk mengikuti dan menyesuaikan diri dengan norma sosial kelompoknya.

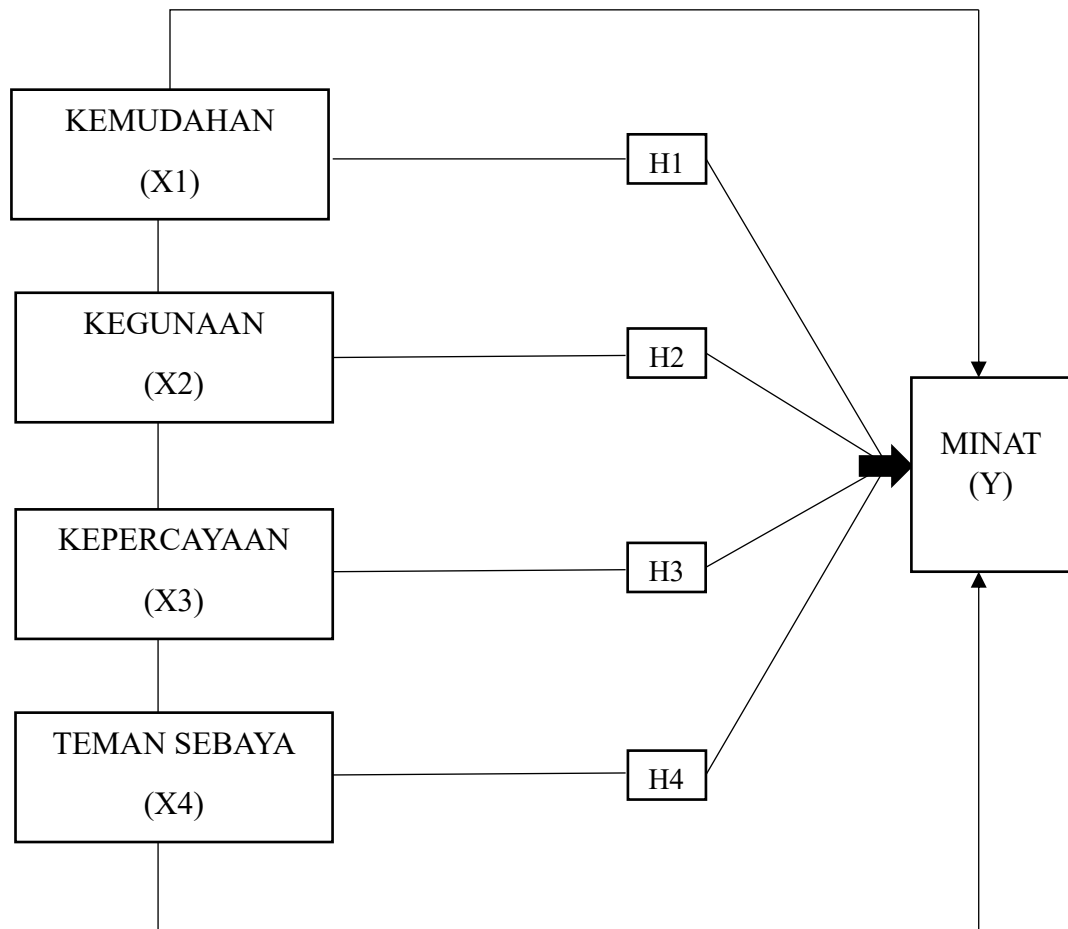
Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat dilihat bahwa adanya hubungan antara variabel independen yaitu kemudahan (X_1), kegunaan (X_2), kepercayaan (X_3), dan teman sebaya (X_4) terhadap variabel dependen yaitu minat membayar infak dan sedekah (Y) dengan menggunakan QRIS. Mahasiswa Fakultas Agama Islam sebagai objek penelitian ini menjadi hal

⁵¹ Hendri Rahmayani Asri et al., "Peran Kepercayaan dalam Menjembatani Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan QRIS," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4.2 (2025), 4207–17 <<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1202>>.

⁵² Purwanto, Budiyo, dan Suhermin.

⁵³ Hana R Pardosi dan Mariana Simanjuntak, "Peran Social Proof Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Di E-Commerce: Studi Empiris Pada Produk Fashion," *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7.12 (2024), 420–31.

yang menarik karena mereka dibekali pengetahuan sehingga diharapkan tidak hanya memiliki kesadaran tinggi akan kewajiban infak dan sedekah, tetapi juga menghargai efisiensi digital, sehingga kemudahan serta kegunaan QRIS yang ditawarkan mendorong minat awal mereka. Selain itu kepercayaan terhadap keamanan serta transparansi pengelolaan dana infak dan sedekah oleh amil yang menggunakan QRIS menjadi variabel yang krusial. Terakhir, teman sebaya di lingkungan FAI berperan sebagai penentu norma sosial yang mendorong adopsi teknologi untuk kebaikan, secara kolektif meningkatkan minat mereka untuk mengintegrasikan QRIS dalam pelaksanaan ibadah dengan membayar infak dan sedekah. Berikut model kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori serta kerangka berpikir yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{01} = Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS

- H_{a1} = Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{o2} = Kegunaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{a2} = Kegunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{o3} = Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{a3} = Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{o4} = Teman sebaya secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS
- H_{a4} = Teman Sebaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS

H_{05} = Kemudahan, kegunaan, kepercayaan, dan teman sebaya secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS

H_{a5} = Kemudahan, kegunaan, kepercayaan, dan teman sebaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat membayar infak dan sedekah dengan menggunakan QRIS