

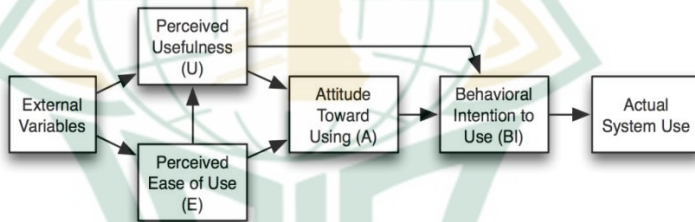
BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model atau yang bisa disebut TAM ialah teori yang membahas model penerimaan suatu sistem informasi atau teknologi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 yang merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned Action (TRA)* gagasan Ajzen dan Fishbein pada tahun 1977. Tujuan model TAM adalah untuk menggambarkan dan menilai adopsi sistem informasi. Metode ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu sistem dan selanjutnya menjelaskan hubungan antara hasil dan manfaat serta kegunaan sistem informasi¹.

Gambar 2.1 Model TAM oleh Davis (1986)



Pengadopsian teori TAM dari model TRA yaitu berupa teori tindakan yang beralasan dengan asumsi bahwa persepsi akan mampu menentukan sikap seseorang dalam menggunakan teknologi. Terdapat 2 faktor primer yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna teknologi, yakni persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)².

Faktor tersebut dapat menjabarkan sudut pandang perilaku pengguna perihal manfaat dan kemudahan yang didapatkan dan memungkinkan seseorang untuk menjadikan

¹ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models,” *Management Science* 35, no. 8 (August 1989): 984, <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.

² Iwan Setiawan, Heri Soebana, and Maskur Maskur, “Analyzing Customers’ Acceptance towards Task Management Application Using Affective Technology Acceptance Model (ATAM),” *Interdisciplinary Social Studies* 1, no. 3 (December 20, 2021): 222, <https://doi.org/10.55324/iss.v1i3.57>.

tolak ukur untuk bersikap dan berperilaku dalam menerima suatu teknologi baru. Apabila kemudahan didapatkan dari penggunaan teknologi, maka semakin sedikit usaha yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas. Apabila manfaat yang diterima lebih banyak dirasakan oleh pengguna, maka akan memberikan dampak yang signifikan terhadap penggunaan teknologi³. Selanjutnya dijelaskan munculnya minat penggunaan teknologi baru dapat terlihat dari sikap positif pengguna terhadap program dan layanan yang digunakan. Semakin positif sikap pengguna dan kecenderungan pengguna untuk benar-benar memanfaatkan teknologi, maka hal ini mencerminkan semakin baiknya pengguna dalam menerima teknologi baru tersebut. Jadi, apabila sikap positif pengguna tinggi, maka akan berdampak pada naiknya minat penggunaan teknologi⁴.

2. *Fintech Peer to Peer Lending Syariah*

a. *Definisi Financial Technology (Fintech)*

Bank Indonesia mengemukakan, *Fintech* ialah kolaborasi antara lembaga keuangan dan teknologi untuk menciptakan sistem yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi tanpa bertemu langsung secara fisik dan mengandalkan transfer elektronik dan setoran instan untuk menyelesaikan transaksi, dengan waktu paling lama hanya dalam hitungan menit⁵.

Fintech menjadi landasan untuk membangun model bisnis baru, prosedur, aplikasi, dan banyak produk industri jasa keuangan lainnya. *Fintech* akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pasar dan institusi keuangan serta memberikan layanan terbesar di sektor keuangan yang didukung oleh penggunaan infrastruktur digital seperti telepon seluler (HP) dan jaringan internet. *Fintech* hadir untuk menarik pelanggan dengan memberikan layanan keuangan yang lebih unggul dari sebelumnya dalam hal kegunaan, efisiensi, transparansi, dan otomatisasi. *Fintech* mampu meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kemudahan sistem keuangan. Sebagai hasil dari kehadiran *Fintech*,

³ Jogyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: ANDI, 2007), 111.

⁴ Samuel Martono, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 10, no. 3 (December 28, 2021): 249, <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i3.45827>.

⁵ Bank Indonesia, "Mengetahui Financial Teknologi," 2018, <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengetahui-Financial-Teknologi.aspx>.

bisnis-bisnis baru akan mengalihkan perhatian mereka untuk mengembangkan cara-cara meningkatkan industri jasa keuangan melalui penggunaan teknologi secara strategis. Mulai dari metode pembayaran, mengelola pendanaan, asuransi hingga pengelolaan aset⁶.

b. Jenis-Jenis *Financial Technology (Fintech)*

Fintech memiliki banyak produk dan layanan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Di Indonesia, *Fintech* terdiri dari empat kategori, yaitu⁷ :

1) *Crowdfunding* dan *Peer to Peer lending*

Crowdfunding dan *Peer to Peer* disebut juga *marketplace financial*. Dengan adanya platform ini, pemilik dana dan pihak yang membutuhkan dana dapat berhubungan satu sama lain, dengan tujuan memperoleh modal. Biasanya, layanan ini dimanfaatkan oleh para pemilik usaha guna memperoleh modal usahanya, dan karena semuanya dapat dilakukan di satu *platform* online, *platform* ini lebih efisien digunakan.

2) *Market aggregator*

Market aggregator digunakan sebagai pembanding item keuangan yang berbeda. *Market aggregator* memberikan opsi bagi pelanggan berdasarkan referensi yang diperoleh dari data finansial. Misalnya, jika seorang nasabah membutuhkan asuransi, mereka hanya perlu memasukkan informasi keuangannya ke *platform Fintech market aggregator*. Informasi keuangan nasabah akan dianalisis, dan kemudian polis asuransi yang sesuai akan direkomendasikan.

3) *Risk and investment management*

Fintech RIM mendukung perencanaan keuangan digital bagi masyarakat untuk mengelola manajemen aset dan operasionalnya dengan lebih baik.

4) *Payment, clearing, dan settlement*

Payment gateway dan *e-wallet* merupakan jenis *Fintech* ini, yang menjadi gerbang penghubung antara pembeli dengan *e-commerce* dalam hal pembayaran.

⁶ Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology : It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance* (Bogor: PT. Filda Fikrindo, 2020), 4–5.

⁷ Wisnu Panggah Setiyono, Sriyono, and Detak Prapanca, *Financial Technology* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2021), 34–35.

Payment gateway dan *e-wallet* dapat menjadi alat pembayaran untuk belanja, tagihan dan lainnya.

c. ***Fintech Peer to Peer Lending Syariah***

Fintech Peer to Peer Lending ialah salah satu jenis layanan keuangan yang menghubungkan masyarakat yang ingin memberi uang (*lender*) dengan masyarakat yang ingin meminjam uang (*borrower*) melalui sistem digital⁸. *Fintech Peer to Peer lending* berdasarkan prinsip syariah merupakan suatu metode penyediaan layanan keuangan yang menghubungkan masyarakat yang ingin meminjam uang dan masyarakat yang ingin memberikan uang melalui sistem komputer yang menggunakan internet. Menawarkan layanan keuangan berbasis teknologi dengan tujuan menghindari tindakan yang bertentangan dengan hukum Islam adalah inti dari *Fintech Peer to Peer lending* syariah. Hal ini memberikan masyarakat yang menggunakan layanan *Fintech* untuk membiayai aktivitasnya cara berbisnis yang sesuai dengan hukum syariah yang sah dalam Islam⁹.

Penerapan *Fintech Peer to Peer lending* syariah di masyarakat dinilai cukup membantu usaha masyarakat, khususnya kepada pelaku usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan prosedur pengajuan yang lebih cepat, mudah, dan efektif serta tanpa adanya jaminan, *Peer to Peer lending* syariah sangat mudah diakses. Usaha kecil dan menengah (UMKM) yang tidak dapat mengakses bank untuk mengajukan pembiayaan usaha dapat memanfaatkan keuntungan ini. Diharapkan bahwa pemanfaatan *Peer to Peer lending* syariah ini akan memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan menjadi lebih produktif, serta membantu mereka mengatasi masalah permodalan¹⁰.

Peer to Peer lending syariah menjadi alternatif layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi untuk pelaku usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM)

⁸ Ahmad Yudhira, "Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia," *VALUE* 2, no. 1 (February 2, 2021): 17, <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.118>.

⁹ Baihaqi, "Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah Di Indonesia," 120.

¹⁰ Mega Novita Syafitri and Fitri Nur Latifah, "Fintech Peer To Peer Lending Berbasis Syariah Sebagai Alternatif Permodalan UMKM Sidoarjo," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (June 1, 2023): 9, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8482>.

dalam upaya memperoleh akses pendanaan. Menurut pelaksanaan operasionalnya, sistem dalam *Peer to Peer lending* syariah sangat mudah untuk diakses, sehingga dalam memperoleh pembiayaan dapat dilakukan secara cepat, mudah, dan efisien.

d. Prinsip Pelaksanaan *Fintech Peer to Peer Lending* Syariah

Pelaksanaan *Fintech Peer to Peer lending* syariah berdasarkan prinsip ekonomi sesuai ajaran Islam yang juga ditetapkan pada Fatwa DSN-MUI Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah dan Fatwa DSN-MUI No.117/DSN-MUI/II/2018 mengenai Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Sesuai Prinsip Syariah, dan menurut Fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/2018, pembiayaan menggunakan *Peer to Peer lending* syariah sah namun hanya dengan ketentuan yang mengikuti hukum syariah^{11,12}. Berikut ketentuan syariah yang dimaksud :

- 1) Tidak memungut bunga, bertaruh pada sesuatu yang tidak pasti (*gharar*), judi (*maysir*) atau menebak-nebak, melakukan penipuan (*tadlis*), merugikan orang lain (*dharar*), atau melakukan hal lain yang melawan hukum Islam (*haram*).
- 2) Aturan yang menganut prinsip keseimbangan, keadilan, dan kewajaran sejalan dengan syariah dan hukum yang berlaku.
- 3) Jenis akad yang digunakan untuk pembiayaan termasuk *al-bai'*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *wakalah bil ujah*, dan *qardh*.
- 4) Ada bukti transaksi, seperti lisensi elektronik, dan pengguna harus mengkonfirmasi dengan paraf elektronik yang sah.
- 5) Menurut syariah, transaksi dapat menjelaskan cara kerja bagi hasil.
- 6) Berdasarkan konsep *ijarah*, perusahaan layanan dapat mengenakan biaya (*ujrah*).

¹¹ Evi Fajriantina Lova, "Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah: Sebuah Perbandingan Dan Analisis," *Journal of Economic and Business Law Review* 1, no. 2 (2021): 32.

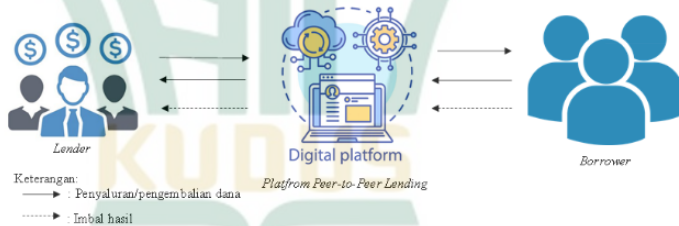
¹² DSN-MUI, "Fatwa 117/DSN-MUI/2018," accessed November 18, 2023, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/>.

e. Prosedur *Fintech Peer to Peer Lending Syariah*

Prosedur penyelenggaraan *Fintech Peer to Peer lending syariah* dapat dijabarkan sebagai berikut¹³ :

- 1) Investor atau *lender* menyerahkan sejumlah dananya kepada penyelenggara pembiayaan atau *Fintech*
- 2) Penyelenggara pembiayaan atau *Fintech* akan menyalurkan dana dari *lender* kepada penerima atau *borrower* (dalam hal UMKM) yang sebelumnya telah mengajukan pembiayaan kepada penyelenggara dengan menyertakan berbagai persyaratan dan sudah disetujui oleh penyelenggara
- 3) Setelah *borrower* menerima dana untuk kebutuhan pembiayaannya dan sudah mampu mengembalikan dana tersebut, maka *borrower* akan mengembalikan dana kepada penyelenggara
- 4) Pihak penyelenggara akan mengembalikan dana tersebut kepada investor atau *lender*
- 5) Pada saat pengembalian dana, sekaligus *borrower* melakukan pembayaran imbal jasa atau *ujrah* kepada pihak penyelenggara
- 6) Dan pihak penyelenggara akan memberikan imbal jasa atau *ujrah* kepada investor atau *lender*

Gambar 2.2 Prosedur *Peer to Peer Lending Syariah*



3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha tersendiri yang dapat dijalankan oleh perorangan atau kelompok yang bergerak pada jenis apa pun. Usaha mikro, menengah, dan besar dapat dibedakan berdasarkan omset,

¹³ Ladi Wajuba Perdini Fisabililla and Nurul Hanifa, “Analisis Pengaruh Fintech Lending Terhadap Perekonomian Indonesia,” *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation* 1, no. 3 (2021): 155–56, <https://doi.org/10.31960/ijoeeci.v1i3.866>.

nilai aset awal, atau jumlah karyawan. Berikut hal-hal yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) :

1) Usaha mikro

Usaha mikro ialah usaha yang dijalankan oleh orang atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria ; kekayaan aset maksimal 50 juta tidak *include* tanah dan bangunan, penerimaan omset tahunan maksimal 300 juta.

2) Usaha kecil

Usaha kecil adalah usaha produktif yang dijalankan secara mandiri oleh peseroangan atau badan usaha yang bukan bagian dari anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria ; memiliki kekayaan bersih > 50 dan paling banyak 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan, memiliki omset tahunan > 300 juta - 2,5 milyar.

3) Usaha menengah

Usaha menengah adalah usaha produktif secara ekonomi yang dijalankan sendiri dan tidak dimiliki, dikendalikan, atau dihubungkan dengan cara apapun dengan usaha kecil atau besar dengan kriteria ; asetnya > 500 juta - 10 M , penerimaan omset > 2,5 M - 50 M, omset tahunan > 300 juta - dengan 2 milyar.

b. Klasifikasi UMKM

Dari segi usaha, UMKM dapat dipecah menjadi empat kelompok¹⁴ :

- 1) *Livelihood activities*, yakni UMKM sektor informal sebagai pemanfaatan untuk mencari nafkah yang meliputi pedagang kaki lima.
- 2) *Micro enterprise*, yakni UMKM yang pandai dalam menghasilkan sesuatu namun tidak mempunyai semangat untuk mengembangkan usahanya.
- 3) *Small dynamic enterprise*, yakni kelompok UMKM yang dapat menjadi pedagang dengan cara bekerja sama

¹⁴ Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muhtar, and Indah Muliasar, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, 1 (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 18–19.

(menerima pekerjaan subkontrak) dan menjual barangnya ke luar negeri (ekspor).

- 4) *Fast moving enterprise*, yakni UMKM yang mengetahui cara menjalankan bisnis dengan baik dan siap berkembang menjadi perusahaan besar.

c. Keunggulan dan Hambatan UMKM

1) Keunggulan UMKM

Mengingat ukuran dan tingkat kemampuan beradaptasinya yang tinggi, UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian suatu negara, tidak hanya mampu mengembangkan usahanya, namun juga karena mampu memberikan pelayanan khusus kepada masyarakat dengan biaya yang efektif. Keunggulan UMKM meliputi :

a) Fleksibilitas operasional

Sebagian besar UKM dijalankan oleh tim manajemen kecil yang setiap anggotanya memiliki kuasa pengambilan keputusan. Hal ini memungkinkan fleksibilitas operasional yang lebih besar bagi UKM. Perusahaan ini lebih kompetitif karena waktu responnya yang cepat terhadap setiap dan semua perubahan (selera pelanggan, tren produk, dll).

b) Struktur biaya rendah

Manajemen di tingkat usaha kecil seringkali sederhana, dimulai dengan biaya rendah yang tidak memerlukan kantor mewah dan hanya mempekerjakan beberapa orang.

c) Inovasi yang cepat

Adanya dialog terbuka dan beragam pendapat dalam menerapkan ide pengembangan produk, produksi, dan bidang lainnya, semua orang yang berkecimpung dalam UMKM sering kali lebih cepat beradaptasi dengan keadaan baru. Komunikasi, penerimaan, dan implementasi ide menjadi lebih mudah ketika pekerja dan pemilik UMKM memiliki hubungan yang dekat dan baik.

d) Kehandalan Fokus di Sektor Spesifik

UMKM tidak perlu melakukan banyak penjualan untuk mencapai titik impas modal (*Break Even Point*). Oleh karena itu, usaha kecil dan

menengah cenderung fokus pada jenis produk atau pasar tertentu. Misalnya, bisnis kerajinan rumahan dapat fokus pada pembuatan satu jenis dan model kerajinan dan hanya memenuhi permintaan pelanggan tertentu dalam menghasilkan keuntungan¹⁵.

2) Hambatan UMKM

Terlepas dari keunggulannya, mengelola UMKM mungkin terdapat kekurangan yang memungkinkan akan mengalami kesulitan dalam hal menjalankan usahanya. Saat mengelola UMKM, mungkin akan menghadapi hambatan. Hasil riset Haptari & Nugroho serta hasil riset Ardiansyah menunjukkan bahwa dua hambatan utama menghalangi pertumbuhan UMKM di tanah air ialah kesulitan modal dan pemasaran^{16,17}.

a) Keterbatasan modal

Keterbatasan modal yang dihadapi UMKM meliputi modal awal dan modal jangka panjang hal ini disebabkan karena kurangnya akses sumber dana akibat ketiadaan bank bagi pelaku UMKM yang berada di pelosok, bunga kredit di bank tergolong tinggi, biaya transaksi di bank tinggi dan juga rumitnya persyaratan yang diperlukan sehingga menyita waktu padahal jumlah pendanaan yang diberikan hanyalah sedikit.

b) Kesulitan pemasaran

Hambatan paling umum oleh UMKM adalah dari segi pemasaran yang menyebabkan munculnya tekanan persaingan, hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan dalam hal pemasaran dan terbatasnya data pasar, minimnya informasi dan *partner* serta sulitnya persyaratan ekspor sehingga

¹⁵ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 104.

¹⁶ Vissia Dewi Haptari and Rahadi Nugroho, "Literasi Akuntansi dan Pemasaran Online Bagi UMKM Desa Tirtonirmolo Kabupaten Bantul," *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 1, no. 3 (November 11, 2019): 191, <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i3.632>.

¹⁷ Tedy Ardiansyah, "Model Financial Dan Teknologi (Fintech) Membantu Permasalahan Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia," *Majalah Ilmiah Bijak* 16, no. 2 (September 25, 2019): 160, <https://doi.org/10.31334/bijak.v16i2.518>.

sulit memperluas pasarnya dan industri pendukung yang lemah.

c) Keterbatasan tenaga ahli

Kurangnya tenaga ahli menjadikan tantangan besar bagi UMKM, terutama di bidang kewirausahaan, manajemen, produksi, pengembangan produk, *finance*, dan pemasaran. Pada kenyataannya, keahlian tersebut diperlukan untuk mempertahankan standar produk yang tinggi, meningkatkan efisiensi dan *output* produksi dan meningkatkan pangsa pasar.

d) Kurang melek teknologi

Era digitalisasi merombak sistem kerja suatu usaha, termasuk UMKM. Oleh sebab itu, UMKM harus melek terhadap teknologi yang akan mengubah dan mempermudah pola kerja mereka.. Tetapi, sumber daya manusia UMKM yang tidak memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk mengelola dan memanfaatkan teknologi dengan efektif dapat menghambat dalam pengoptimalan manfaat dari teknologi yang digunakan.

4. Literasi Keuangan Digital

a. Definisi Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital adalah pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital untuk membuat keputusan keuangan yang baik¹⁸. Menurut Tony dkk literasi keuangan digital merupakan perpaduan antara literasi keuangan dan *platform* digital, dengan pengetahuan, sikap, dan cara pandang terhadap keuangan yang menjadi pedoman dalam penggunaan *platform* keuangan digital¹⁹. Prasad dkk juga menjelaskan bahwa literasi keuangan digital sebagai pengetahuan yang dibutuhkan dan tingkat layanan yang diperlukan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan yang meliputi pembelian digital, pembayaran

¹⁸ Otoritas Jasa Keuangan, “POJK Nomor 76/POJK.07/2016,” 2016, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat.aspx>.

¹⁹ Nisha Tony and Kavitha Desai, “Impact Of Digital Financial Literacy On Digital Financial Inclusion,” *International Journal of Scientific & Technology Research* 9, no. 01 (2020): 1911–15.

digital dan sistem pembiayaan digital melalui berbagai platform digital²⁰.

Sesuai dengan penjelasan di atas, *Alliance for Financial Inclusion* mendefinisikan literasi keuangan digital sebagai akumulasi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan diri, dan kompetensi lain yang diperlukan untuk menggunakan keuangan digital²¹. Menurut Munthasar dkk literasi keuangan digital merupakan pengetahuan produk atau layanan keuangan yang tidak dapat dilakukan melalui kantor fisik. Sebaliknya, hal tersebut hanya dapat dilakukan melalui penggunaan sarana teknologi yang berbasis pada perangkat seluler, *web*, dan internet. Hanya melalui penggunaan aplikasi keuangan digital dapat ditransaksikan, hal ini dilakukan untuk membuat hidup lebih nyaman di daerah-daerah terpencil. Hanya melalui penggunaan kemampuan jaringan internet, kegiatan keuangan dapat dilakukan dengan mudah²². Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital adalah pengetahuan terhadap suatu produk atau layanan keuangan berbasis digital.

Menurut ajaran Islam, ditegaskan oleh Allah SWT bahwa orang yang berilmu atau berpengetahuan memperoleh derajat yang lebih tinggi. Sejalan dengan kitab suci Al-Qur'an yaitu surat Al-Mujadid ayat 11 yang diturunkan oleh Allah SWT yang memiliki arti ; “*Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan.*”²³

Menurut ayat tersebut, seseorang yang beriman dan berilmu akan dinaikan derajatnya oleh Allah. Diangkatnya derajat tersebut sebab adanya peningkatan pemahaman

²⁰ Hanuman Prasad, Devendra Meghwal, and Vijay Dayama, “Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur,” *Journal of Business and Management* 5, no. 1 (December 1, 2018): 23, <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>.

²¹ Alliance for Financial Inclusion, “Digital Financial Literacy Toolkit,” *Digital Financial Literacy Toolkit* (blog), July 19, 2021, <https://www.afiglobal.org/publications/digital-financial-literacy-toolkit/>.

²² Munthasar, Nevi Hasnita, and Yulindawati Yulindawati, “Pengaruh Pengetahuan Dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh,” *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (August 4, 2021): 153, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i2.10458>.

²³ TafsirQ, “Surat Al-Mujadilah Ayat 11 | TafsirQ.Com,” accessed November 23, 2023, <https://tafsirq.com/58-al-mujadilah/ayat-11>.

seseorang terhadap ilmu atau pengetahuan dibandingkan dengan yang lain. Dan kaitannya dengan literasi keuangan digital yakni apabila seseorang memahami keuangan digital dapat menguntungkan sebab ilmu atau pengetahuannya memungkinkan dapat memberikan wawasan lebih dan pemanfaatannya mampu memberikan kehidupan lebih baik sehingga Allah akan meninggikan derajatnya.

b. Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Digital

Setiawan dkk menyebutkan karakteristik sosial individu mempengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang. Karakteristik tersebut juga sering dikenal sebagai kondisi sosial ekonomi yang terdiri dari pendapatan, pendidikan, dan umur. Pada penelitiannya ditemukan bahwa pendidikan dan pendapatan seseorang paling berpengaruh terhadap meningkatnya literasi keuangan digital individu tersebut.

1) Pendidikan

Semakin tinggi pendidikan yang diterima seseorang menandakan kemampuannya dalam memperoleh berbagai pengetahuan dan pemahaman, termasuk literasi keuangan digital.

2) Pendapatan

Memenuhi kebutuhan digital menjadi lebih mudah seiring dengan tingkat pendapatannya, seperti memiliki ponsel dan mengakses internet, karena kebutuhan dasar sudah terpenuhi. Sehingga akan lebih mempermudah aksesibilitas terhadap layanan keuangan digital²⁴.

c. Indikator Literasi Keuangan Digital

Dimensi sekaligus indikator literasi keuangan syariah telah dijelaskan Morgan dkk meliputi²⁵ :

1) Pengetahuan tentang *digital financial*

Konsumen mengetahui keberadaan *digital financial*, memiliki pemahaman dasar tentang penggunaan *digital financial*, dan mampu

²⁴ Maman Setiawan et al., "Digital Financial Literacy, Current Behavior of Saving and Spending and Its Future Foresight," *Economics of Innovation and New Technology* 31, no. 4 (May 19, 2022): 323, <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>.

²⁵ Peter J Morgan, Bihong Huang, and Long Q Trinh, *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age*, 2019, <https://www.researchgate.net/publication/343682203>.

membandingkan kelebihan dan kekurangan masing-masing produknya.

2) Kesadaran akan risiko *digital financial*

Konsumen memahami potensi bahaya penggunaan *digital financial*, seperti *phishing*, *spoofing*, pencurian data pribadi, peretasan, dan risiko dunia maya lainnya.

3) Pengendalian risiko *digital financial*

Konsumen memiliki kemampuan untuk mengamankan transaksi mereka dari risiko siber hingga *digital financial* melalui praktik kebersihan siber yang tepat, seperti perlindungan kata sandi yang kuat, autentikasi multi-faktor, standar privasi data, dan protokol keamanan siber.

4) Pengetahuan tentang prosedur ganti rugi

Konsumen mengetahui hak-hak dasar mereka sebagai pengguna *digital financial* dan apa yang harus dilakukan ketika mereka mengalami kesalahan penggunaan atau menjadi korban penipuan dan penyalahgunaan dunia maya.

5. Kepatuhan Syariah

a. Definisi Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah merupakan prasyarat mutlak yang harus dipenuhi oleh setiap dan semua lembaga keuangan yang menjalankan operasi komersial sesuai dengan syariah. Pentingnya kepatuhan berdampak pada persyaratan pemantauan yang harus dipenuhi untuk memastikan bahwa kepatuhan tetap terjaga. Oleh karena itu, untuk memenuhi syariah maka perlu memasukkan seluruh prinsip syariah ke dalam semua tindakan yang dilakukan sebagai wujud kualitas yang dimiliki oleh lembaga itu sendiri²⁶. Yang dimaksud dengan “prinsip syariah” adalah seperangkat peraturan atau ketentuan yang bersumber dari Al-Qur’an dan Sunnah Nabi SAW atau dalam ijtihad, atau penafsiran dan pengembangan sumber-sumber tersebut oleh para ahli hukum Islam²⁷. Berdasarkan pemaparan diatas, penulis mengambil

²⁶ Muhammad Nasir et al., “Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan Kepatuhan Syariah Dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah,” *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 7, no. 1 (March 20, 2022): 42, <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i1.1335>.

²⁷ Riduwan et al., *Kepatuhan Syariah Bitul Wal Tamwil* (Yogyakarta: Penerbit Suara Muhammadiyah, 2023), 16.

kesimpulan bahwa kepatuhan syariah adalah kewajiban mutlak bagi lembaga keuangan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya.

Kepatuhan syariah berarti lembaga keuangan mengikuti aturan dan hukum syariah. Artinya, teknologi yang digunakan lembaga keuangan, seperti *Fintech peer-to-peer* juga harus mengikuti aturan syariah²⁸. Mulia dkk mengatakan bahwa hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan tidak akan menjadi baik jika lembaga keuangan tersebut tidak mengikuti syariah. Nasabah percaya bahwa produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, seperti *Fintech peer to peer lending* syariah, adalah sah dan sejalan dengan hukum syariah²⁹. Ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an yaitu surat Al-Jasiyah ayat 18 yang memiliki arti ; *“Kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.”*³⁰

Ayat di atas menunjukkan bahwa harus berpegang teguh dan patuh pada syariat Allah SWT dan tidak mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui hawa nafsu dan tidak paham dengan syariat Allah SWT. Hal ini sejalan dengan sudah semestinya seorang individu mampu berpegang teguh dan memutuskan segala sesuatu sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan Allah SWT, seperti halnya dalam pemanfaatan teknologi keuangan yang berbasis syariah.

b. Ketentuan Kepatuhan Syariah

Nasabah dan masyarakat umum sangat mementingkan jaminan syariah dalam seluruh aktivitas lembaga syariah. Berikut daftar beberapa ketentuan yang dapat dijadikan penilaian kualitatif untuk menilai kesesuaian

²⁸ Astuti and Saputra, “Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko , dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan BSI Mobile di Kota Banda Aceh,” 444.

²⁹ Dipa Mulia, Hardius Usman, and Novia Budi Parwanto, “The Role of Customer Intimacy in Increasing Islamic Bank Customer Loyalty in Using E-Banking and m-Banking,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (July 20, 2021): 1103, <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0190>.

³⁰ TafsirQ, “Surat Al-Jasiyah Ayat 18 | TafsirQ.Com,” accessed November 23, 2023, <https://tafsirq.com/45-al-jasiyah/ayat-18>.

syariah pada lembaga keuangan yang menganut hukum syariah³¹ :

- 1) Perjanjian atau akad yang digunakan untuk tujuan pengumpulan dan penyaluran uang sudah sesuai dengan prinsip dan norma syariah yang relevan
- 2) Semua transaksi dan aktivitas keuangan dicatat dan dilaporkan secara akurat sesuai dengan aturan akuntansi syariah yang berlaku
- 3) Tempat kerja dan budaya organisasinya sesuai dengan hukum syariah
- 4) Perusahaan yang praktik keuangannya tidak melanggar prinsip syariah
- 5) Lembaga keuangan syariah wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang memberikan pedoman syariah dalam seluruh operasional operasionalnya
- 6) Pendanaan berasal dari sumber yang legal dan halal sesuai dengan hukum syariah

c. Peran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Kepatuhan Syariah

DPS merupakan organisasi yang diberi tugas mengawasi operasional dan administrasi lembaga keuangan syariah untuk memastikan lembaga tersebut tetap konsisten dan mematuhi prinsip-prinsip syariah³². DPS dalam kapasitasnya sebagai lembaga yang bertugas melakukan pengawasan terhadap ketaatan syariah bertugas melaksanakan tugas yang diatur dalam kepatuhan syariah. Pada kenyataannya, posisi krusial dimiliki DPS yakni menentukan apakah syariah tetap ada atau tidak dalam kelangsungan operasional sektor keuangan syariah³³. Sebagai pengawas sektor keuangan syariah, DPS harus memiliki pola pikir profesional, yang meliputi :

- 1) Tanggung jawab

³¹ Ahmad Roni Akroma, "Analisis Penerapan Syariah Compliance Untuk Inovasi Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus KSPPS Sumber Barokah Mandiri, Kab. Kediri)," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (June 19, 2022): 102, <https://doi.org/10.53429/jdes.v9i2.394>.

³² M. Taufiq, "Optimalisasi Peran Dewan Pengawas Syariah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 2, no. 1 (July 24, 2020): 79, <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v2i1.3350>.

³³ Ishak, Ilham, and Akbar Sabani, "Shari'a Compliance Principles In Financial Technology," *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* 8, no. 1 (September 30, 2022): 57, <https://doi.org/10.33760/jch.v8i1.542>.

DPS harus menjalankan tugasnya dan memberikan wewenang sebagai pengawas kepatuhan syariah untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap profesionalismenya

2) Kejujuran

Untuk menjaga kepercayaan masyarakat, DPS harus jujur dan setia pada hukum positif dan normatif (syariah).

3) Kemerdekaan

Seorang DPS harus memahami tujuannya, independen dari pengaruh dan kepentingan, serta berwenang mengawasi sektor keuangan syariah.

4) Akurasi

Kriteria teknis dan etika selalu dipertimbangkan saat menjalankan tugas untuk membangun profesionalismenya.

5) Profesional

DPS harus serius terhadap kewajiban dan wewenangnya serta memiliki pengetahuan, kemampuan, dan wawasan yang luas untuk menangani situasi seperti perselisihan³⁴.

d. Indikator Kepatuhan Syariah

Adapun beberapa indikator kepatuhan syariah terhadap lembaga keuangan telah terpenuhi apabila³⁵ :

1) Tidak adanya riba, gharar dan maysir

Riba mengacu pada praktik melanggar hukum Islam yang mengenakan biaya tambahan atas pendapatan dalam transaksi. Hal ini biasanya terjadi dalam transaksi pinjam meminjam, dimana peminjam diharuskan membayar kembali jumlah yang melebihi pokok pendanaan seiring berjalannya waktu. Gharar merupakan transaksi keuangan yang ditandai dengan adanya unsur ketidakpastian yang melekat. Larangan dikenakan terhadap keuntungan yang tidak dapat ditentukan karena keterlibatannya dengan risiko yang besar dan tidak dapat diprediksi. Maysir diartikan *qimar* atau judi. Maysir

³⁴ Luqman Nurhisam, "Kepatuhan Syari'ah (Sharia Compliance) Dalam Industri Keuangan Syari'ah," *Ar-Raniry, International Journal of Islamic Studies* 3, no. 1 (June 30, 2016): 42, <https://doi.org/10.20859/jar.v3i1.75>.

³⁵ Rahman El Junusi, "Implementasi Syariah Governance serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah," *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 12, no. 1 (May 1, 2012): 99, <https://doi.org/10.21154/al-tahrir.v12i1.48>.

mengacu pada kesepakatan yang ditandai dengan ketidakpastian dan potensi keuntungan saja. Intinya, permainan ini mengharuskan satu pihak memikul tanggung jawab atau beban pihak lain sebagai hasil dari permainan tersebut. Jika seseorang muncul sebagai pemenang akan memperoleh keuntungan dari kontribusi biaya yang dikeluarkan oleh peserta lain.

2) Prinsip keuntungan halal

Untuk mencapai status lembaga keuangan syariah, sistem operasional khususnya dalam hal keuntungan harus sesuai dengan prinsip dan peraturan syariah. Pengertian tersebut di atas selaras dengan prinsip-prinsip fiqih Islam dan fungsinya sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

3) Amanah

Sebagai lembaga keuangan syariah, penting untuk membangun tingkat kepercayaan yang tinggi (amanah) dalam mengelola dana secara efektif, termasuk penerimaan dan penyaluran dana kepada nasabah.

4) Adanya peran Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah mengemban tanggung jawab mengawasi penerapan sistem syariah dan memainkan peran penting dalam menjamin bahwa lembaga keuangan syariah mematuhi aturan syariah.

6. Efektivitas

a. Definisi Efektivitas

Istilah "efektivitas" mengacu pada tingkat pengaruh, pencapaian tujuan seseorang (berhasil), dan berkesan³⁶. Singkatnya, kita dapat mengatakan bahwa efektivitas terjadi jika suatu hal berhasil dilakukan dan memberikan hasil yang memuaskan. Menurut Masruri, sejauh mana sesuatu memberikan hasil sesuai dengan harapan juga termasuk dalam penilaian efektivitas³⁷. Efektivitas juga dimaksudkan sebagai hasil yang didapatkan dalam penggunaan sesuatu sesuai dengan tujuan penggunaannya³⁸.

³⁶ KBBI, "Arti Kata Efektivitas - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed November 19, 2023, <https://kbbi.web.id/efektivitas>.

³⁷ Zulian Yamit, *Manajemen Produksi Dan Operasi* (Jakarta: Ekonisia, 2003), 14.

³⁸ Mar Atun Sholehah, Novi Mubyarto, and Habriyanto Habriyanto, "Pengaruh Pengetahuan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Pada Masyarakat Kota Jambi," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah*

Efektivitas merupakan komponen *Technology Acceptance Model* (TAM) yang berkaitan dengan persepsi kemanfaatan. Ketika individu mempunyai keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami maka mereka akan percaya penggunaan teknologi akan meningkatkan produktivitas. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dari penggunaan suatu teknologi berhubungan langsung dengan efektivitasnya, sehingga semakin besar manfaat yang diterima, semakin besar pula potensi efektivitas penggunaannya³⁹. Dari penjelasan diatas, penulis menyimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu tindakan atau penggunaan sesuatu hal yang dianggap efektif jika berhasil mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan.

Pemahaman perihal kegiatan untuk mencapai tujuan dan manfaat yang diinginkan, apabila usaha dilakukan secara efektif, tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan mudah. Apabila kegiatan yang dilaksanakan tidak sejalan dengan tujuan dan manfaat yang diharapkan, artinya pencapaiannya akan sia-sia⁴⁰. Sebagaimana yang terdapat pada surat Al-Kahfi ayat 103-104, yang artinya ; *“Katakanlah: “Apakah akan kami beritahukan kepadamu tentang orang-orang paling merugi perbuatannya?” Yaitu orang-orang yang telah sia-sia perbuatannya dalam kehidupan dunia ini, sedangkan mereka menyangka bahwa mereka berbuat sebaik-baiknya.”*^{41,42}

Menurut ayat di atas, dijelaskan bahwa orang yang merugi adalah mereka yang berbuat baik karena hanya ingin mencapai tujuannya yaitu menghasilkan keuntungan dan menjadi yang terbaik. Dengan demikian, cara tersebut membuat mereka terjerumus ke dalam kehancuran, sehingga tujuannya tidak mencapai. Artinya, jelas jika suatu lembaga tidak berjalan sesuai dengan tujuannya, maka segala

Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan 2, no. 1 (December 31, 2022): 340, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.551>.

³⁹ Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul),” 70.

⁴⁰ Mustafa Edwin and Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 14.

⁴¹ TafsirQ, “Surat Al-Kahf Ayat 103 | Tafsirq.Com,” accessed November 24, 2023, <https://tafsirq.com/18-al-kahf/ayat-103>.

⁴² TafsirQ, “Surat Al-Kahf Ayat 104 | Tafsirq.Com,” accessed November 24, 2023, <https://tafsirq.com/18-al-kahf/ayat-104>.

sesuatunya akan sia-sia, sekalipun tujuannya baik. Merujuk pada lembaga keuangan, diharapkan untuk selalu memberikan layanan yang terbaik sehingga mampu mencapai tujuan keuntungannya dan kebermanfaatannya bagi nasabah atau penggunanya.

b. Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Banyak hal yang dapat mempengaruhi efektivitas. Hal-hal berikut ini mempengaruhi efektivitas⁴³ :

- 1) Waktu, menjadi faktor penting dalam efektivitas, semakin sedikit waktu yang digunakan maka semakin efektif kegiatan yang dilakukan.
- 2) Produktivitas, adalah cara untuk mengukur seberapa baik sesuatu bekerja. Semakin tinggi produktivitasnya, semakin baik pula hasilnya.
- 3) Evaluasi, yakni salah satu cara guna mengukur atau meningkatkan proses yang telah dilakukan adalah dengan mengevaluasinya.
- 4) Fasilitas, sebagai sarana pelengkap yang tersedia untuk digunakan.

c. Indikator Efektivitas

Suatu program yang dilaksanakan akan dikatakan efektif jika berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas suatu program dapat dinilai dengan melihat besarnya pengaruh dan manfaat yang dihasilkannya⁴⁴. Pengukuran efektivitas dapat dijabarkan sebagai berikut⁴⁵ :

- 1) Pemahaman program

Dengan memahami program, seseorang dapat menentukan apakah pencapaian tujuan dianggap berhasil atau tidak. Salah satu cara untuk mengevaluasi tingkat pemahaman program pengguna adalah dengan menentukan sejauh mana pengguna mampu melakukan aktivitas memanfaatkan program dan seberapa baik mereka memahami layanan yang disediakan program.

⁴³ Ronald O'reilly, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2003), 119.

⁴⁴ Bayu Hari Prasajo, Mohammad Alim Ahaddin, and Dwi Maya Rahmawati, "Effectiveness of the Student Entrepreneurship Development Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo," *Academia Open* 7 (2023): 8, <https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.5910>.

⁴⁵ Wachidatus Sa'diyah and Novi Marlina, "Use of e-toll Cards: Satisfied Consumers?," *Jurnal Manajemen Motivasi* 14, no. 2 (November 12, 2018): 75, <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i2.1193>.

Hal ini memungkinkan untuk mengukur program berdasarkan sejauh mana pengguna memahami layanan yang ditawarkan oleh suatu program dengan mudah, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai macam transaksi melalui program tersebut.

2) Tepat sasaran

Istilah “tepat sasaran” mengacu pada sejauh mana suatu layanan dapat secara efektif mencapai tujuan yang diinginkan. Penempatan sasaran ini dilakukan secara menyeluruh di dalam sistem informasi dan memberikan informasi yang tepat untuk menjadi pengukuran tingkat keberhasilannya. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas suatu layanan dapat diukur dengan melihat sejauh mana layanan tersebut mampu memberikan informasi secara tepat kepada penggunanya.

3) Tepat waktu

Elemen waktu ini berkaitan dengan kegunaan layanan dan berpotensi memastikan bahwa aktivitas mampu diselesaikan dengan lebih cepat dan efisien. Untuk itu, sangat penting untuk meningkatkan kinerja suatu layanan agar layanan lebih cepat dan efisien. Hal ini memungkinkan suatu layanan dapat dikatakan efektif dengan cara melihat seberapa optimal kinerja suatu layanan sehingga penggunanya dapat bertransaksi dengan cepat dan efisien.

4) Tercapainya tujuan

Pencapaian tujuan mencakup semua upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan layanan. Dalam hal ini, layanan yang dapat digunakan dengan mudah adalah aspek yang paling penting. Jika pengguna mendapatkan fasilitas pelayanan dengan lebih mudah, maka ia akan mempunyai persepsi bahwa ia telah memperoleh sesuatu yang diinginkan, sehingga memungkinkan pelayanan tersebut dapat dimanfaatkan secara efisien dan mencapai tujuannya. Singkatnya, efektif tidaknya suatu layanan dapat diukur dari pencapaian tujuannya dengan melihat kemudahan penggunaan yang telah diberikan oleh layanan tersebut.

5) Perubahan nyata

Suatu layanan dikatakan mampu membawa perubahan yang nyata apabila mampu mendatangkan

dampak dan perubahan yang nyata dengan memahami kondisi sebelum dan sesudah adanya layanan tersebut. Hal ini memungkinkan layanan dapat diukur berdasarkan sejauh mana layanan tersebut mampu memberikan perubahan positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan kehidupan penggunanya.

7. Minat Penggunaan

a. Definisi Minat

Minat didefinisikan keadaan seseorang mau memperhatikan, berperilaku dan bertindak terhadap suatu hal, objek, atau peristiwa yang menurutnya menarik⁴⁶. Menurut Adhitama yang dikutip dari Nurdin dkk minat adalah ketertarikan yang sungguh-sungguh terhadap sesuatu atau seseorang tanpa paksaan untuk melakukannya, dan dengan senang hati mempelajarinya lebih lanjut. Perasaan tertarik tersebut bukan disebabkan oleh tekanan, melainkan oleh keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan⁴⁷. Apa pun yang menarik minat seseorang mungkin tidak menarik minat orang lain, selama tidak ada kaitannya dengan keinginannya dan kebutuhannya. Dari penjelasan diatas, penulis menyimpulkan minat adalah keadaan di mana seseorang menunjukkan ketertarikan terhadap suatu hal yang dianggap menarik.

Agar minat seseorang muncul, mereka harus mampu melihat bagaimana hal tersebut dapat menghasilkan keuntungan atau membuat mereka merasa puas. Jika kepuasan turun, minat juga akan turun. Sebaliknya, jika hal-hal yang membuat orang tertarik terus muncul, minat pun akan meningkat⁴⁸. Dapat dikatakan bahwa minat merupakan suatu proses alamiah yang menjadikan manusia mampu memilih dan mengubahnya. Sebagaimana yang tertuang dalam firman Allah SWT dalam surat Ar-Ra'd ayat 11 yang

⁴⁶ Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 263.

⁴⁷ Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (December 27, 2020): 207, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>.

⁴⁸ Soibatul Aslamia Nasution and Nuri Aslami, "Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (December 20, 2021): 256, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.768>.

memiliki arti ; “*Sesungguhnya Allah tidak mengubah suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka*”⁴⁹.

Dari ayat tersebut disimpulkan bahwa jika seseorang ingin mendapatkan sesuatu yang diinginkan, disukai, atau diminati, ia harus mempelajarinya lebih lanjut untuk mencapai tujuannya. Misalnya, seseorang ingin mengajukan pembiayaan dengan memanfaatkan layanan *Fintech Peer to Peer lending* syariah maka seseorang tersebut perlu mengetahui atau mempelajari lebih lanjut layanan yang tersedia pada *Fintech Peer to Peer lending* syariah. Dari usaha tersebut, seseorang akan mengetahui apakah layanan tersebut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, apabila dirasa sesuai dan puas maka minat untuk menggunakan layanan *Fintech Peer to Peer lending* syariah akan muncul.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab memaparkan adanya tiga faktor yang menjadikan minat timbul, yaitu⁵⁰ :

- 1) Motivasi dari diri sendiri, seperti kebutuhan makan, akan membuat seseorang ingin bekerja atau mencari uang, ingin mengolah makanan, dan sebagainya.
- 2) Motivasi sosial, seperti ingin belajar atau menimba ilmu karena ingin dihormati orang lain. Sebab, Orang yang berpendidikan tinggi akan dihormati oleh lingkungannya.
- 3) Emosional, minat dan emosi saling terkait sedemikian rupa sehingga mempunyai pengaruh besar terhadap perasaan. Ketika seseorang berhasil dalam suatu aktivitas yang menyenangkan, misalnya, mereka mungkin menjadi lebih tertarik pada aktivitas tersebut. Di sisi lain, ketika mereka gagal dalam aktivitas yang sama, minat mereka terhadap aktivitas tersebut mungkin memudar.

c. Indikator Minat Penggunaan

Terdapat beberapa indikator minat penggunaan menurut Jogyanto yang dikutip dari yang dikutip dari Nurdin dkk meliputi⁵¹ :

⁴⁹ Tafsiq, “Surat Ar-Ra’d Ayat 11,” Tafsiq AlQuran Online, accessed November 19, 2023, <https://tafsirq.com/permalink/ayat/1718>.

⁵⁰ Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, 264–65.

- 1) Keinginan menggunakan, artinya seseorang terdorong untuk menggunakan suatu layanan teknologi.
- 2) Selalu untuk menggunakan, artinya adanya keinginan untuk menggunakan secara terus menerus setelah menggunakan suatu layanan teknologi.
- 3) Akan terus menggunakan di masa mendatang, artinya setelah seseorang menggunakan layanan teknologi secara terus menerus dan tentunya mendapatkan manfaatnya maka layanan teknologi akan berlanjut digunakan di masa depan.

8. Kepercayaan

a. Definisi Kepercayaan

Kepercayaan mengacu pada keyakinan diri seseorang. Mayer dkk menuturkan bahwa kepercayaan adalah ketika seseorang siap untuk memperhatikan apa yang dilakukan orang lain meskipun mereka tidak dapat mengawasi atau mengendalikannya, karena mereka tahu bahwa orang lain akan melakukan hal-hal tertentu untuknya jika mereka memercayainya⁵². Kepercayaan juga dijelaskan Pahlov yang dikutip dari Misissaifi & Sriyana merupakan suatu cara menilai hubungannya dengan orang lain yang melalui tindakan tertentu sesuai yang diharapkan dalam situasi yang berisiko⁵³.

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menaruh harapan pada sesuatu dengan keyakinan mereka yang tak tergoyahkan. Kepercayaan dipupuk seiring berjalannya waktu melalui serangkaian fase progresif yang ditandai dengan berkembangnya keyakinan dan rasa keseriusan terhadap produk, layanan atau organisasi tertentu. Kepercayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam menumbuhkan rasa aman dan percaya diri konsumen

⁵¹ Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu," 208.

⁵² Roger C. Mayer, James H. Davis, and F. David Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust," *The Academy of Management Review* 20, no. 3 (July 1995): 217, <https://doi.org/10.2307/258792>.

⁵³ Mira Misissaifi and Jaka Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 1 (June 29, 2021): 113, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>.

terhadap produk atau layanan yang diberikan organisasi⁵⁴. Seperti halnya dalam pemanfaatan teknologi, kepercayaan pengguna akan terbentuk ketika pengguna merasa mendapatkan keandalan layanan yang bermanfaat bagi dirinya dan mendapatkan rasa aman dari berbagai risiko kehilangan data pribadi bahkan penipuan. Dari penjelasan diatas, penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan sebagai keyakinan seseorang yang berdampak penting dalam membentuk hubungan serta pengambilan keputusan.

Dalam agama Islam, kepercayaan didasarkan pada kejujuran, yang memberikan keyakinan dan kepercayaan pada orang untuk menjalankannya. Allah SWT menerangkan pada Al-Quran surat An-Anfal ayat 27 yang artinya ; *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”*⁵⁵ Jelas dari ayat tersebut Allah memerintahkan umat-Nya untuk menjaga amanah mereka setiap saat dan tidak mengendurkan kewajiban ini. Dengan demikian, dalam hal ini amanah didefinisikan kepercayaan. Kepercayaan adalah pilar paling mendasar dan kokoh yang menjadi dasar dibangunnya operasional organisasi *offline* dan *online*. Kepercayaan dapat dibangun melalui perkenalan menyeluruh dengan kedua belah pihak. Seperti halnya kepercayaan kepada teknologi, dimana nasabah atau pengguna harus mampu mengandalkan layanan yang ada, memberikan rasa aman bagi pengguna, risiko kehilangan data pribadi bahkan pencurian.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Jelasnya, membangun hubungan membutuhkan kepercayaan, yang bermanfaat sekaligus penting. Namun, mendapatkan kepercayaan dari suatu pihak tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama untuk membangun kepercayaan tersebut. Peppers dan Rogers yang dikutip dari

⁵⁴ Muhammad Aladdin Hanif and Purbayu Budi Santosa, “TAM Construct, Trust, and Religiosity for Decision of Muslim Lenders to Use Funding Services on Sharia Peer-to-Peer Lending Platforms (Website and Apps),” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 10, no. 2 (March 31, 2023): 156, <https://doi.org/10.20473/vol10iss20232pp151-168>.

⁵⁵ TafsiRQ, “Surat Al-Anfal Ayat 27,” *Tafsir AlQuran Online*, accessed November 24, 2023, <https://tafsirq.com/permalink/ayat/1187>.

Khamdan menggambarkan faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan, yakni :

- 1) *Shared value*, nilai-nilai sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan. Kesesuaian perilaku, tujuan, dan kebijakan antara pihak yang terlibat dalam suatu hubungan akan berdampak pada kapasitas untuk menumbuhkan kepercayaan. Di dalam konteks *financial technology*, *shared value* menyimbolkan keyakinan pengguna dan perusahaan terhadap nilai-nilai seperti etika, keamanan dan privasi.
- 2) *Communication*, komunikasi yang efektif dapat menumbuhkan kepercayaan antar pihak, dimana komunikasi dilakukan secara konsisten dengan fokus pada relevansi, ketepatan waktu, dan keandalan. Dalam hal *financial technology*, pada tahap dimana suatu *platform financial technology* memiliki kemampuan untuk meningkatkan komunikasi, seperti kecepatan respons dan kualitas informasi. Ini akan berdampak pada kemampuan situs web untuk memenuhi kebutuhan pengguna, meningkatkan kepercayaan pengguna, dan meningkatkan kemungkinan transaksi..
- 3) *Non opportunistic behavior*, Perilaku oportunistik mengacu pada upaya yang disengaja untuk mendapatkan keuntungan sepihak dalam melakukan transaksi. Kepercayaan memerlukan keterlibatan aktif dari semua pihak untuk mendapatkan keuntungan. Dalam konteks *financial technology*, diharapkan perusahaan terkait mampu melakukan pengendalian perilaku oportunistik misalnya dalam hal mengurangi jumlah informasi yang harus diberikan kepada pelanggan yang akan melakukan transaksi⁵⁶.

c. Indikator Kepercayaan

Indikator kepercayaan meliputi 3 hal, yaitu *ability*, *benevolence* dan *integrity* yakni⁵⁷ :

- 1) Kemampuan (*ability*) adalah keahlian dan ciri kepribadian organisasi (dalam hal ini adalah penyedia layanan *Fintech Peer to Peer lending* syariah) harus

⁵⁶ Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen* (Jember: UIN KHAS Press, 2023), 38.

⁵⁷ Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)," 71.

mampu memberikan pelayanan terbaik dan jaminan keamanan.

- 2) Kebajikan (*benevolence*) berarti penyedia layanan *Fintech Peer to Peer lending* akan peduli pada kepentingan penggunanya, tidak hanya peduli dengan kepentingan dan keuntungan sepihak, penyedia layanan tersebut juga berusaha memastikan pelanggannya puas.
- 3) Integritas (*integrity*) berarti penyedia layanan *Fintech Peer to Peer lending* syariah dalam menjalankan kegiatannya menunjukkan integritas yakni melayani secara etis dan menepati janjinya. Hal ini menunjukkan bahwa penyedia layanan mampu memberikan informasi yang benar kepada pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Penulis menggunakan banyak penelitian sebagai sumber referensi dalam penyusunan penelitian ini. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan digital, kepatuhan syariah, efektivitas, dan kepercayaan dalam konteks minat menggunakan *Fintech Peer to Peer lending* syariah. Penelitian-penelitian yang termasuk sebagai referensi penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

1.	Nama Penulis	Taruni Risla Hanifah dan Imam Mukhlis ⁵⁸
	Judul & Tahun	Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay : Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> , 2022
	Variabel	Independen : a) Efektivitas b) Hedonis

⁵⁸ Taruni Risla Hanifah and Imam Mukhlis, “Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan *Technology Acceptance Model*,” *ECOBISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 9, no. 2 (July 1, 2022): 69, <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2711>.

		<p>c) Kemanfaatan d) Kepercayaan Dependen : Minat menggunakan layanan Shopeepay</p>
	Hasil penelitian	<p>Secara positif dan signifikan variabel efektivitas, hedonis dan kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Shopeepay, namun kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan Shopeepay</p>
	Persamaan	<p>Menggunakan variabel efektivitas dan kepercayaan</p>
	Perbedaan	<p>Tidak menggunakan variabel hedonis dan kemanfaatan dan penelitian ini berfokus pada minat penggunaan Shopeepay bukan <i>Fintech Peer to Peer lending</i> syariah</p>
2.	Nama Penulis	<p>Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati⁵⁹</p>
	Judul	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul), 2021</p>
	Variabel	<p>Independen : a) Persepsi kemudahan</p>

⁵⁹ Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)," 65.

		<p>b) Kepercayaan c) Efektivitas Dependen :</p> <p>Minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i></p>
	Hasil penelitian	<p>Persepsi kemudahan dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> sedangkan kepercayaan memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i></p>
	Persamaan	<p>Menggunakan variabel kepercayaan dan efektivitas</p>
	Perbedaan	<p>Tidak menggunakan variabel persepsi kemudahan dan penelitian berfokus pada minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> tidak spesifik pada <i>Fintech Peer to Peer lending syariah</i></p>
3.	Nama Penulis	<p>Zaimy Johana Johan, Mohd Zainee Hussain Rohani Mohd dan Badrul Hisham Kamaruddin⁶⁰</p>
	Judul	<p><i>Muslims and Non-Muslims Intention to Hold Shariah-Compliant Credit Cards: A Smartpls Approach</i>, 2020</p>

⁶⁰ Zaimy Johana ali et al., "Muslims and Non-Muslims Intention to Hold Shariah-Compliant Credit Cards: A SmartPLS Approach," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 9 (July 17, 2020): 1751, <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0270>.

	Variabel	<p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) <i>Attitude</i> b) <i>Subjective norm</i> c) <i>Shariah-compliance</i> d) <i>Knowledge</i> e) <i>Religiosity</i> <p>Dependen :</p> <p>Minat penggunaan <i>credit cards</i></p>
	Hasil penelitian	Semua variabel yang digunakan sikap, norma subjektif, kepatuhan syariah, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>credit cards</i>
	Persamaan	Menggunakan variabel kepatuhan syariah atau <i>shariah-compliance</i>
	Perbedaan	Tidak menggunakan variabel sikap, norma subjektif, pengetahuan dan religiusitas serta tidak berfokus pada minat penggunaan <i>credit cards</i> . Namun, berfokus pada <i>Fintech Peer to Peer lending syariah</i>
4.	Nama Penulis	Agnes Yesica Vina Endrica dan Ratna Candra Sari ⁶¹
	Judul	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> , <i>Social Influence</i> , Literasi Keuangan Digital dan <i>Computer Self Efficacy</i> terhadap Penggunaan <i>E-wallet</i> pada

⁶¹ Endrica and Sari, “Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY,” 11.

		Mahasiswa Akuntansi UNY, 2021
	Variabel	Independen : a) <i>Performance expectancy</i> b) <i>Social influence</i> c) Literasi keuangan digital d) <i>Computer self efficacy</i>
	Hasil penelitian	Seluruh variabel <i>performance expectancy</i> , <i>social influence</i> , literasi keuangan digital dan <i>computer self efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>
	Persamaan	Menggunakan variabel literasi keuangan digital
	Perbedaan	Tidak menggunakan variabel <i>performance expectancy</i> , <i>social influence</i> dan <i>computer self efficacy</i> serta fokus penelitian tidak pada minat penggunaan <i>e-wallet</i> tetapi pada <i>Fintech Peer to Peer lending</i> syariah
5.	Nama Penulis	Silvia Astri Pringgadini dan Robertus Basiya ⁶²
	Judul	Pengaruh Kepercayaan, <i>Perceived Security</i> , Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Payment</i> Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos

⁶² Silvia Astri Pringgadini and Robertus Basiya, "Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati)," *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 574, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>.

		Pati), 2022
	Variabel	Independen : a) Kepercayaan b) <i>Perceived security</i> c) Risiko Dependen : Minat penggunaan <i>e-paymentt</i> Pospay
	Hasil penelitian	Variabel kepercayaan dan <i>perceived security</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Pospay. Tetapi, risiko tidak memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan Pospay
	Persamaan	Menggunakan variabel kepercayaan
	Perbedaan	Tidak menggunakan variabel <i>perceived security</i> dan risiko serta tidak berfokus pada minat penggunaan Pospay tetapi pada <i>Fintech Peer to Peer lending syariah</i>
6.	Nama Penulis	Danty Aulia Rachmawati dan Sri Trisnaningsih ⁶³
	Judul	Pengaruh Efektivitas, Manfaat dan Gaya Hidup Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> pada Kalangan Mahasiswa Akuntansi Upn “Veteran” Jawa Timur

⁶³ Danty Aulia Rachmawati and Sri Trisnaningsih, “Pengaruh Efektivitas, Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan E-Wallet pada Kalangan Mahasiswa Akuntansi UPN ‘Veteran’ Jawa Timur dengan Pendekatan Technology Acceptance Model,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 5 (October 15, 2023): 2730, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.4267>.

		dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i>
	Variabel	Independen : a) Efektivitas b) Manfaat c) Gaya Hidup Dependen : Minat penggunaan <i>e-wallet</i>
	Hasil penelitian	Pengaruh efektivitas terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> terbukti negatif dan tidak signifikan sedangkan pengaruh manfaat dan gaya hidup terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> terlihat positif dan signifikan
	Persamaan	Menggunakan variabel efektivitas
	Perbedaan	Tidak menggunakan variabel manfaat dan gaya hidup serta penelitian berfokus pada minat penggunaan <i>e-wallet</i> tidak pada <i>Fintech Peer to Peer lending</i> syariah
7.	Nama Penulis	Tutik Siswanti ⁶⁴
	Judul	Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital <i>Payment</i> dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating
	Variabel	Independen :

⁶⁴ Tutik Siswanti, “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating,” 30.

		<p>a) Literasi keuangan digital b) Sosial ekonomi Dependen : Penggunaan digital <i>payment</i> Moderasi : Budaya</p>
	Hasil penelitian	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari literasi keuangan digital dan sosio-ekonomi terhadap penggunaan digital <i>payment</i>. Sementara itu, ditemukan bahwa budaya mempunyai kapasitas untuk meningkatkan dampak positif dan signifikan oleh literasi keuangan dan sosio-ekonomi terhadap penggunaan digital <i>payment</i></p>
	Persamaan	<p>Menggunakan variabel literasi keuangan digital</p>
	Perbedaan	<p>Tidak menggunakan variabel sosio-ekonomi dan budaya serta berfokus pada penggunaan digital <i>payment</i> tetapi pada <i>Fintech Peer to Peer lending syariah</i></p>
8.	Nama Penulis	<p>Ahmad Afandi, Dia Purnama Sari, Annesa Fadhilah, Nando Faisal dan Muhammad Arif⁶⁵</p>
	Judul	<p>Faktor Penentu Niat Menggunakan</p>

⁶⁵ Afandi et al., “Faktor Penentu Niat Menggunakan Paylater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi.”

		Paylater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi
	Variabel	Independen : a) <i>Effort Expectancy</i> b) <i>Habit</i> c) <i>Price Value</i> d) <i>Hedonic Motivation</i> e) <i>Social Influence</i> Dependen : Niat Menggunakan Moderasi : <i>Trust</i>
	Hasil penelitian	<i>Social influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Paylater</i> . Sedangkan <i>effort expectancy</i> , <i>habit</i> , <i>price value</i> , dan <i>hedonic motivation</i> tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>Paylater</i> . Kepercayaan tidak dapat memoderasi <i>effort expectancy</i> , <i>habit</i> , <i>price value</i> , <i>hedonic motivation</i> dan <i>social influence</i> terhadap niat menggunakan <i>Paylater</i>
	Persamaan	Menggunakan kepercayaan sebagai variabel moderasi
	Perbedaan	Tidak menggunakan semua variabel independen dan fokus terhadap minat penggunaan <i>Fintech Peer to Peer lending</i> syariah

9.	Nama Penulis	Hartanti Nugrahaningsih ⁶⁶
	Judul	Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas Terhadap Minat Pengunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating (Pada Wisata Hutan Mangrove, Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara)
	Variabel	Independen : a) Media Sosial b) Fasilitas Dependen : Minat Moderasi : Kepercayaan
	Hasil penelitian	Media sosial, fasilitas dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung. Sementara variabel kepercayaan tidak mampu memoderasi sosial media terhadap minat pengunjung, namun kepercayaan mampu memoderasi fasilitas terhadap minat pengunjung
	Persamaan	Menggunakan kepercayaan sebagai variabel moderasi
	Perbedaan	Tidak menggunakan semua variabel independen dan fokus terhadap minat

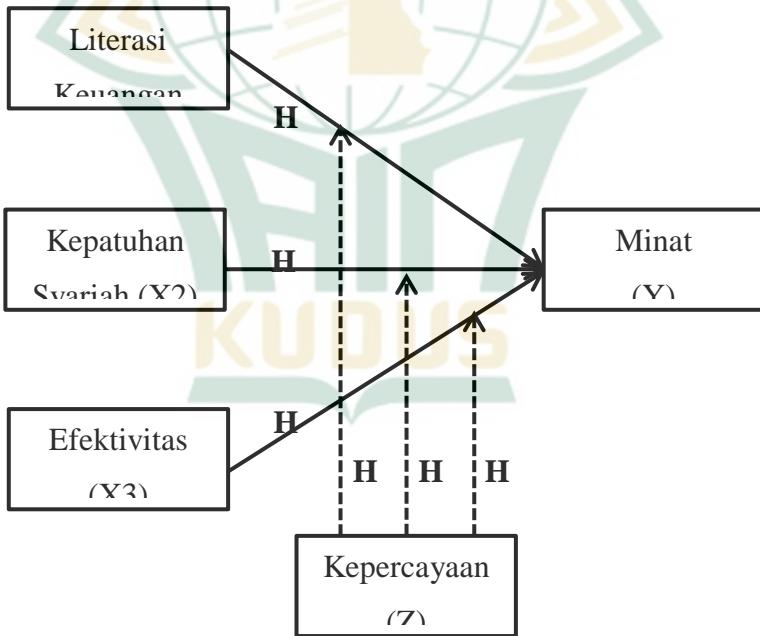
⁶⁶ Hartanti Nugrahaningsih, “Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas Terhadap Minat Pengunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating (Pada Wisata Hutan Mangrove, Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara),” *Media Manajemen Jasa* 8, no. 1 (2020): 1–10.

		penggunaan <i>Fintech Peer to Peer lending</i> syariah
--	--	--

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model atau gambaran konseptual yang menunjukkan bagaimana suatu variabel berhubungan dengan variabel lainnya. Dengan tujuan untuk menyederhanakan analisis beberapa variabel data pada tahap selanjutnya, maka kerangka berpikir tersebut digambarkan dalam bentuk diagram atau skema⁶⁷. Berdasarkan landasan teoritis dan literatur yang ada di atas, penulis bermaksud untuk memberikan kerangka berpikir yang akan menjelaskan arah dan tujuan penelitian. Variabel digunakan dalam penelitian ini antara lain literasi keuangan digital (X1), kepatuhan syariah (X2), efektivitas (X3), minat penggunaan *peer to peer lending* syariah (Y) dan kepercayaan (Z)

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir



⁶⁷ Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 321, <https://www.researchgate.net/publication/340021548>.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai dugaan atau kesimpulan sementara mengenai korelasi atau perbedaan antara variabel atau fenomena yang diselidiki, yang didasarkan pada teori yang sudah ada dan akan diuji secara empiris. Pengujian hipotesis tergantung pada kerangka konseptual yang telah ditetapkan sebelumnya⁶⁸. Berikut merupakan hipotesis pada penelitian ini :

1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending Syariah*

Literasi keuangan digital adalah suatu pengetahuan dan pemahaman yang diperlukan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital⁶⁹. Setiawan dkk menuturkan bahwa literasi keuangan digital sangatlah penting sebagai kebutuhan dasar seseorang agar mampu menggunakan produk dan layanan digital dengan mudah⁷⁰. Sedangkan minat diartikan sebagai keyakinan seseorang untuk melakukan sesuatu atau berperilaku⁷¹. Tingkat pemahaman terhadap *platform* keuangan digital memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi keuangan itu sendiri. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa seseorang dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi akan memberikan pengaruh positif dan mendorong seseorang untuk menggunakan *platform* keuangan digital. Begitu pula, seseorang dengan literasi keuangan digital yang tinggi akan mampu menghindari segala masalah yang mungkin timbul saat menggunakan teknologi keuangan⁷².

Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian oleh George bahwa literasi keuangan digital sangat perlu untuk menyikapi inklusi keuangan digital yang didalamnya termasuk *m-banking* dan *e-wallet*⁷³. Penelitian lain oleh Tutik Siswanti menyebutkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan

⁶⁸ Raihan, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Universitas Islam Jakarta, 2017), 62.

⁶⁹ Alliance for Financial Inclusion, "Digital Financial Literacy Toolkit."

⁷⁰ Setiawan et al., "Digital Financial Literacy, Current Behavior of Saving and Spending and Its Future Foresight," 3.

⁷¹ Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology," 986.

⁷² Endrica and Sari, "Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY," 12.

⁷³ Riya Raju George and Catholicate College, "A Study on Digital Financial Literacy: A Precedent for Improved Financial Literacy and Financial Inclusion," *International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research* 7, no. 6 (2020): 1545.

signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*⁷⁴. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis :

H1: literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending syariah*

2. Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending Syariah*

Kepatuhan syariah merupakan konsep fundamental bagi perusahaan yang beroperasi di bidang lembaga keuangan syariah, untuk memastikan bahwa aktivitas bisnisnya dilakukan dengan cara yang sejalan dengan prinsip syariah⁷⁵. Hal ini dapat dilihat berdasarkan kehadiran Dewan Pengawas Syariah di setiap lembaga keuangan syariah yang bertugas mengawasi pelaksanaan operasional lembaga keuangan syariah⁷⁶. Sedangkan minat diartikan sebagai keyakinan seseorang untuk melakukan sesuatu atau berperilaku⁷⁷. Hadirnya lembaga keuangan syariah yang mampu mematuhi kepatuhan syariah menjadi ‘angin segar’ bagi seseorang untuk mendapatkan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip Islami. Hal tersebut mampu mempengaruhi keyakinan untuk berperilaku yakni mampu mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan lembaga keuangan yang tentunya dalam operasionalnya sesuai dengan syariat Islam⁷⁸. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan semakin baiknya penerapan kepatuhan syariah pada lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya.

Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian oleh Holis dkk yang menunjukkan bahwa kepatuhan syariah memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha

⁷⁴ Tutik Siswanti, “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating,” 11.

⁷⁵ Etty Mulyati and Helza Nova Lita, “Penerapan Prinsip Kehati-Hatian terhadap Kepatuhan Syariah oleh Penyelenggara Teknologi Finansial,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2020): 189, <http://dx.doi.org/10.26618/j-hes.v4i02.4213>.

⁷⁶ Nurhisam, “Kepatuhan Syari’ah (Sharia Compliance) Dalam Industri Keuangan Syari’ah,” 41.

⁷⁷ Davis, Bagozzi, and Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology,” 986.

⁷⁸ Akroma, “Analisis Penerapan Syariah Compliance Untuk Inovasi Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus KSPPS Sumber Barokah Mandiri, Kab. Kediri),” 98.

menjadi nasabah bank syariah⁷⁹. Penelitian lain oleh Missisaifi & Sriyana menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech* syariah⁸⁰. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis :

H2: kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending syariah*

3. Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending Syariah*

Efektivitas juga dimaksudkan sebagai hasil yang didapatkan dalam penggunaan sesuatu sesuai dengan tujuan penggunaannya. Dalam hal penggunaan teknologi, efektivitas dimaksudkan pada seseorang yang menggunakan suatu teknologi akan mendapatkan suatu hasil yang diinginkan⁸¹. Sedangkan minat diartikan sebagai keyakinan seseorang untuk melakukan sesuatu atau berperilaku⁸². Davis dkk menuturkan bahwa penerimaan terhadap suatu sistem informasi atau teknologi dapat dipengaruhi oleh fokus pada teknologi itu sendiri. Suatu sistem informasi atau teknologi yang mampu menunjukkan efektivitasnya dapat mempengaruhi seseorang untuk menerima bahkan menggunakannya⁸³. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila suatu teknologi, seperti *Fintech* dalam penggunaannya mampu memberikan kenyamanan dan bermanfaat (efektif) maka pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakannya.

Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian oleh Pramella & Soleha dan Cut Nurul A'la dkk menyebutkan bahwa efektivitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap

⁷⁹ Fajar Holis, Muhammad Rusydi, and Candra Zaki Maulana, "Pengaruh Syariah Compliance dan Service Quality terhadap Minat Pengusaha Mikro menjadi Nasabah Bank Umum Syariah dengan Trust sebagai Variabel Intervening di Palembang," *Jurnal Intelektualita: KeIslaman, Sosial dan Sains* 10, no. 2 (October 18, 2021): 337, <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i2.8929>.

⁸⁰ Misissaifi and Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Fintech* Syariah," 121.

⁸¹ Atun Sholehah, Mubyarto, and Habriyanto, "Pengaruh Pengetahuan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Pada Masyarakat Kota Jambi," 340.

⁸² Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology," 986.

⁸³ Davis, Bagozzi, and Warshaw, 989.

minat bertransaksi menggunakan *Fintech*^{84,85}. Penelitian lain oleh Putri Melani & Handri menyebutkan efektivitas juga berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan OVO⁸⁶. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis :

H3: efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending syariah*

4. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending Syariah* Dimoderasi Kepercayaan

Kepercayaan memegang peranan yang signifikan dalam konteks transaksi keuangan, terutama ketika transaksi tersebut dilakukan melalui perangkat teknologi yakni *smartphone*⁸⁷. Kepercayaan telah diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi, terutama teknologi yang dirancang untuk transaksi keuangan (*Fintech*)⁸⁸. Tingginya literasi keuangan digital yang dimiliki seseorang juga dapat berkontribusi pada peningkatan minat menggunakan *Fintech*. Ketika seseorang memahami cara kerja, layanan dan mengetahui kebermanfaatannya dari teknologi tersebut, intensi atau minat penggunaannya akan cenderung meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan pemahaman keuangan digital serta kepercayaan yang semakin tinggi maka mampu meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan layanan teknologi khususnya pada transaksi keuangan.

⁸⁴ Jihan Indah Pramella and Erin Soleha, "Pengaruh Efektivitas, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan FINTECH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Pengguna M-Banking)," *SEIKO: Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 808, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4040>.

⁸⁵ Cut Nurul A'la, Ainun Mardhiah, and Nurbaiti, "Determinant Perception Ease of Use, Effectiveness And Risk on The Interest Of Transacting Using Financial Technology (Fintech) in Medan City Community," *JOMBI: Journal of Management and Business Innovations* 2, no. 1 (2020): 46, <http://dx.doi.org/10.30829/jombi.v2i1.9421>.

⁸⁶ Rifa Fitriah Putri Melani and Handri, "Pengaruh Financial Technology Merek Dompot Digital Ovo Terhadap Minat Bertansaksi dan Efektivitas Penggunaan di Masa Pandemi Covid-19," *Bandung Conference Series: Business and Management* 3, no. 1 (January 31, 2023): 261, <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.6668>.

⁸⁷ Md. Sharif Hassan et al., "Drivers Influencing the Adoption Intention towards Mobile Fintech Services: A Study on the Emerging Bangladesh Market," *Information* 13, no. 7 (July 20, 2022): 4, <https://doi.org/10.3390/info13070349>.

⁸⁸ Mohammad K. Al Nawayseh, "Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of Fintech Applications?," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6, no. 4 (December 2020): 4, <https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Sukis Warningsih & Nuryasman menunjukkan bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan digital *wallet*⁸⁹. Penelitian lain oleh Kurnianingsih & Maharani menyebutkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*⁹⁰. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis :

H4 : kepercayaan mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending* syariah

5. Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending* Syariah Dimoderasi Kepercayaan

Kepatuhan syariah menunjukkan ketaatan pada hukum syariah. Oleh karena itu, sistem keuangan digital diharuskan bekerja sesuai dengan prinsip-prinsip kontrak hukum Islam dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang secara mendasar (*riba, gharar, maysir* dan haram) sebagai prasyarat kepatuhan syariah. Pengguna muslim cenderung mempercayai dan hanya mendukung sistem keuangan digital yang memenuhi persyaratan syariah. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mempengaruhi minat pengguna Muslim untuk terlibat dalam sistem keuangan digital⁹¹.

Penelitian yang dilakukan oleh Ali dkk menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech*⁹². Begitu pula dengan penelitian oleh Mulia dkk menjelaskan bahwa kepercayaan dan kepatuhan

⁸⁹ Sukis Warningsih and Nuryasman, "Determining Factors of Digital Wallet Usage," *Jurnal Manajemen* 25, no. 2 (June 1, 2021): 285, <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>.

⁹⁰ Heny Kurnianingsih and Trisna Maharani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah," *Akuntoteknologi* 12, no. 1 (July 21, 2020): 10, <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.370>.

⁹¹ Mohammed Bashir Ribadu and Wan Nurhayati Wan Ab. Rahman, "An Integrated Approach towards Sharia Compliance E-Commerce Trust," *Applied Computing and Informatics* 15, no. 1 (January 2019): 8–10, <https://doi.org/10.1016/j.aci.2017.09.002>.

⁹² Muhammad Ali et al., "How Perceived Risk, Benefit and Trust Determine User Fintech Adoption: A New Dimension for Islamic Finance," *Foresight* 23, no. 4 (July 13, 2021): 413, <https://doi.org/10.1108/FS-09-2020-0095>.

syariah sama-sama memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan *m-banking*⁹³.

H5 : kepercayaan mampu memoderasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending* syariah

6. Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending* Syariah Dimoderasi Kepercayaan

Kepercayaan akan berdampak positif terhadap niat berperilaku seseorang. Kehadiran kepercayaan yang dirasakan seseorang, memiliki pengaruh yang baik terhadap niat berperilaku mereka. Seseorang akan lebih mampu menerima suatu teknologi apabila mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi tersebut⁹⁴. Suatu teknologi yang mampu menunjukkan efektivitasnya juga mampu mempengaruhi seseorang untuk menerima dan menggunakannya⁹⁵. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan efektivitas yang diberikan oleh suatu sistem atau teknologi serta kepercayaan yang tinggi mampu meningkatkan minat penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Yan dkk menjelaskan bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan *Fintech*⁹⁶. Hasil penelitian serupa juga dijelaskan oleh Zakariyah dkk yang menjelaskan bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech*⁹⁷. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis :

H6 : kepercayaan mampu memoderasi pengaruh efektivitas terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to Peer lending* syariah

⁹³ Mulia, Usman, and Parwanto, "The Role of Customer Intimacy in Increasing Islamic Bank Customer Loyalty in Using E-Banking and m-Banking," 1108–9.

⁹⁴ Hassan et al., "Drivers Influencing the Adoption Intention towards Mobile Fintech Services," 4.

⁹⁵ Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology," 989.

⁹⁶ Chen Yan et al., "Factors Influencing the Adoption Intention of Using Mobile Financial Service during the COVID-19 Pandemic: The Role of Fintech," *Environmental Science and Pollution Research* 30, no. 22 (November 13, 2021): 61283, <https://doi.org/10.1007/s11356-021-17437-y>.

⁹⁷ Habeebullah Zakariyah et al., "The Determinants of Financial Technology Adoption amongst Malaysian Waqf Institutions," *International Journal of Social Economics* 50, no. 9 (August 28, 2023): 1316, <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2022-0264>.