

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Penggunaan *E-Wallet* untuk Infaq

a. *E-Wallet*

E-Wallet atau dompet elektronik adalah alat transaksi digital yang penggunaannya melalui media elektronik berupa *server based*. Umumnya *e-wallet* merupakan aplikasi berbasis server yang penggunaannya harus terkoneksi dengan penerbitnya terlebih dahulu. *E-wallet* ini tentu saja menawarkan banyak kemudahan. Terlepas dari kemudahan yang ditawarkan, keamanan *e-wallet* juga dianggap baik karena untuk menggunakan *e-wallet* harus memasukkan kata sandi pengguna terlebih dahulu. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 “Dompet elektronik atau *e-wallet* adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran”.¹

Secara umum, *e-wallet* merupakan bagian dari produk layanan uang elektronik. Biasanya uang elektronik ini berbasis *chip* berbentuk kartu sebagaimana *e-money* yang dikeluarkan oleh bank. Sedangkan *e-wallet* berbasis server ini melalui aplikasi dalam penggunaannya. Dengan *e-wallet* seseorang dapat melakukan penyimpanan uang secara digital melakukan transaksi secara *online* maupun *offline* melalui *smartphone*. Menurut *The Economic Times*, *e-wallet* adalah aplikasi dengan kata sandi yang digunakan untuk menyimpan uang, melakukan pembayaran online seperti pembayaran makanan, belanja dan tiket penerbangan.²

¹ Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, (2016).

² “Apa Itu Dompet Digital?,” *Warta Ekonomi.co.id*, Januari, 24, 2019.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital.html>

E-wallet berbasis server ini memiliki banyak kelebihan dan keunggulan yang akan didapatkan penggunaanya, diantaranya:³

- 1) Mudah, praktis dan efisien
Penggunaan *e-wallet*, membuat masyarakat tidak repot membawa uang banyak, ATM, kartu kredit, dan kartu debit ketika bepergian. Karena dengan adanya *e-wallet* pada *smartphone* transaksi apa saja dapat dilakukan kapanpun kita menginginkan. Termasuk isi ulang pulsa, paket data, bayar tagihan listrik, belanja online, transfer uang, layanan antar makanan, tiket pesawat, bayar pajak dan lain-lain dapat dilakukan dengan mudah melalui satu aplikasi *e-wallet*.
- 2) Banyak promo dan diskon
Selain kemudahan, promo dan diskon juga diberikan pihak *e-wallet* kepada penggunaanya. Promo yang diberikan antara lain *point reward*, *cashback*, tambahan produk gratis dan masih banyak promo lainnya. Beragam promo ini merupakan daya tarik *e-wallet* yang paling disukai penggunaanya.
- 3) Lebih aman dan rendah resiko
Untuk dapat masuk ke aplikasi *e-wallet* pengguna diminta untuk memasukkan kode pin yang telah dibuat diawal, jadi *e-wallet* tidak dapat diakses orang lain yang tidak tahu kode pin dari *e-wallet* tersebut. Sehingga resiko pencurian di *e-wallet* dapat diminimalisir.
- 4) Terdapat *history* transaksi
Hampir semua layanan *e-wallet* terdapat *history* transaksi pada aplikasinya. *History* transaksi memudahkan penggunaanya untuk mengetahui pengeluaran belanja dalam waktu satu bulan. Sehingga keuangan dapat terkontrol.
- 5) *Top up* saldo dimana saja
Top up saldo *e-wallet* bisa dilakukan melalui *mobile banking* atau ATM, Alfamart, Indomaret, Hypermart. Jadi untuk dapat menggunakan aplikasi *e-wallet* tidak diharuskan membuka rekening bank terlebih dahulu,

³ Ferry Fitriadi, "Mengenal Lebih Dekat E-Wallet atau Dompot Digital," Kreditpedia.net, Juni, 14, 2019. <https://www.kreditpedia.net/e-wallet-atau-dompot-digital/>

karena *top up* saldo dapat dilakukan di gerai dan ojol rekanan *e-wallet*.

6) Keuntungan implisit

Manfaat lain dari *e-wallet* yaitu, pengguna dapat membayar tagihan pada transaksinya dengan jumlah yang tepat tanpa takut penjual tidak memiliki kembalian. Selain itu pembayaran dilakukan sesuai dengan jumlah belanja sehingga penjual tidak perlu sedia uang kembalian.

Selain terdapat kelebihan, *e-wallet* juga memiliki kekurangan, yaitu antara lain:⁴

1) Layanan terbatas

Merchant rekanan *e-wallet* masih terbatas dan belum merata khususnya di Indonesia. Sehingga masih memerlukan uang tunai untuk melakukan pembayaran di toko kecil atau toko yang tidak terdaftar sebagai rekanan *e-wallet*.

2) Tidak bisa diuangkan

Berbeda dengan penggunaan uang elektronik berbasis kartu yang dapat melakukan tarik tunai, saldo *e-wallet* tidak dapat diuangkan. Pengguna hanya bisa menggunakan uang dalam bentuk digital ini dengan transaksi bayar langsung pada toko atau transfer ke sesama pemilik aplikasi.

Terlepas dari kelebihan dan kekurangan *e-wallet*, selama ini banyak sekali pertanyaan mengenai *e-wallet* dalam pandangan Islam. Jika dipandang dari sudut ekonomi syariah, penggunaan *e-wallet* dapat dikaitkan dengan konsep *masalahah*. Al-Syatibi mengungkapkan bahwa ”*Sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat*”. Ungkapan lain juga dikatakan Al-Syatibi ”*Hukum-hukum disyariatkan untuk kemaslahatan hamba*”. Berdasarkan dua pernyataan Al-Syatibi, dapat kita simpulkan bahwa *Maqasid Syari’ah* atau tujuan dari dibuatnya hukum yakni demi terciptanya kemaslahatan umat manusia.⁵

⁴ Line Today, “Kenali Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital/*e-wallet*” today.line.me, Juli, 13, 2019. <https://today.line.me/id/v2/article/>

⁵ Choiril Anam, “*E-Money (Uang Elektronik) dalam Perspektif Hukum Syariah*.” *Jurnal Qawanin*, Vol. 2, No. 1 (2018): 103.

Jika dipandang dalam sudut ekonomi syariah, penggunaan *e-wallet* dapat dikaitkan dengan konsep *masalahah*. *Maslahah* dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan kata maslahat yang artinya sesuatu yang mengandung kebaikan, keselamatan, faedah atau kegunaan atas sesuatu. Sedangkan kemaslahatan yaitu kegunaan, kebaikan, manfaat atau kepentingan. Berdasarkan penjelasan di atas secara bahasa kata *al-maslahah* berarti manfaat dan guna itu sendiri (secara langsung) dan kepada sesuatu yang menjadi sebab (secara tidak langsung) dan melahirkan keduanya (masalah langsung dan tidak) demikian juga kata *al-mafsadah*.⁶

Kemaslahatan dalam *e-wallet* dapat dilihat dari kelebihanannya, yaitu:

- 1) Mudah, praktis dan efisien penggunaannya
- 2) Lebih aman dan rendah resiko karena memasukkan kode pin saat ingin bertransaksi
- 3) Terdapat *history* transaksi yang dapat membantu pengguna melacak dan menganalisis pengeluaran
- 4) Pengisian saldo dapat dilakukan melalui *m-banking*, atm atau di tempat yang mudah ditemukan seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart atau driver ojol rekanan *e-wallet*.

b. Infaq

Infaq berasal dari kata *anfaqa*, yang artinya mengeluarkan. Infaq adalah mengeluarkan sebagian harta yang kita miliki di jalan Allah SWT. Dalam Kitab At Ta'rifat Syaikh Al Jurjani mendefinisikan infaq adalah penggunaan harta untuk suatu hajat (kebutuhan).⁷ Infaq menurut pengertian umum yaitu *shorful mal ilal hajjah* yang berarti mengatur, mengeluarkan harta untuk memenuhi kebutuhan. Infaq tidak selalu bermakna positif. Mengeluarkan harta untuk jalan maksiat atau melawan islam juga termasuk infaq. Oleh karena itu ada istilah *infaq fi sabilillah* (infaq di jalan Allah) juga ada *infaq fi sabilis syaitan* (infaq di jalan setan).⁸

⁶ Dahlan Tamrin, *Filsafat Hukum Islam*, (Malang: UIN Maliki Pers, 2007), 114.

⁷ Gus Arifin, *Dalil-Dalil dan Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 173.

⁸ Maman Abdurrahman, *Risalah Zakat, Infak dan Sedekah* (Bandung: Tafakur, 2011), 19

Dalam Islam, orang yang suka berinfaq akan mendapatkan keuntungan berlipat ganda di dunia maupun di akhirat. Selain itu, orang yang senantiasa menginfakkan hartanya di jalan Allah akan dijamin tidak akan jatuh miskin, melainkan Allah akan selalu menambahkan rezeki dari jalan manapun kepada mereka yang berinfaq.⁹

Dalam Al Quran terdapat panduan dalam berinfaq atau membelanjakan harta. Selain panduan berinfaq, di Al Quran juga dijelaskan keutamaan dari berinfaq yakni bagi setiap insan yang mengeluarkan hartanya di jalan Allah maka akan dilipat gandakan ganjarannya aoleh Allah SWT.¹⁰ Sebagaimana pada Q.S Al Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبَلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.¹¹

Penjelasan ayat di atas yaitu, orang-orang yang mengeluarkan hartanya di jalan Allah akan diberikan ganjaran oleh Allah SWT berlipat-lipat ganda. Orang yang berinfaq diumpamakan seperti orang yang menabur sebutir benih unggul di tanah. Benih unggul tersebut akan tumbuh menjadi pohon kecil yang terdiri dari tujuh bulir. Terdapat seratus biji pada setiap bulir. Seperti itulah gambaran pahala yang akan diperoleh orang yang suka berinfaq. Allah senantiasa melipat gandakan pemberian-Nya pada orang yang dipilihNya.

⁹ Didiek Ahmad Supadie, *Ekonomi Syariah* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2013), 48

¹⁰ Gus Arifin, *Dalil-Dalil dan Keutamaan Zakat...*, 182

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Jawa Timur: Halim, 2014), 44.

c. Dimensi dan Indikator Penggunaan *E-Wallet* untuk Infaq

Ada beberapa hal yang mempengaruhi sikap dan niat penggunaan *e-wallet*, yaitu:¹²

1) *Personal Innovativeness*

Personal innovativeness menurut Midgley & Dowling yaitu kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Sedangkan menurut Roger Inovasi Pribadi adalah kesediaan seseorang untuk mengadopsi suatu inovasi lebih awal dari orang lain berdasarkan teori difusi inovasi. Menurut Kim, Mirusmonov, & Lee individu yang memiliki inovasi tinggi maka rasa ingin tahunya juga lebih tinggi dan lebih terbuka pada hal-hal baru, sebagaimana *e-wallet* untuk infaq.

2) *Perceived Ease of Use (EAS)*

Perceived Ease of Use atau kemudahan penggunaan merupakan faktor terpenting yang menjadi pertimbangan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut Davis *et al* apabila suatu sistem memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, maka sistem tersebut dianggap mudah untuk digunakan.

3) *Perceived Compatibility*

Kompatibilitas Moore dan Benbasat yaitu kecocokan/kesesuaian seseorang ketika menggunakan suatu sistem baru yang meliputi kesesuaian pada nilai, kepercayaan, pengalaman, dan kebutuhan individu.

4) *Perceived Usefulness*

Maksud dari *perceived usefulness* atau kegunaan yaitu pemahaman seseorang mengenai manfaat sistem baru, ketika pengguna memahami manfaat dari sistem tertentu maka ia akan menggunakan sistem tersebut agar dapat merasakan manfaatnya.

5) *Perceived Security*

Keamanan merupakan hal penting yang sangat diperhatikan seseorang sebelum menggunakan suatu teknologi. Keamanan akan berpengaruh terhadap kepercayaan seseorang, terlebih jika berhubungan dengan

¹² Gokhan Aydin, Sebnem Burnaz, “Adoption Of Mobile Payment System: A Study On Mobile Wallets.” *Journal of Business Economics and Finance – JBEF*, vol. 5, No. 1 (2016): 76.

uang. Penyediaan akses yang aman dalam aplikasi dan fitur merupakan bagian dari keamanan.¹³

6) *Rewards*

Hadiah, insentif moneter, kupon, sampel gratis, undian merupakan hal yang dapat memotivasi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks pembayaran elektronik, seseorang akan mendapat manfaat nyata berupa layanan bernilai tambah, diskon, dan *cashback* setelah mengunduh dan menggunakan *e-wallet*.

7) *Social Influence*

Pengaruh sosial juga mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Ketika seseorang dihadapkan dengan produk teknologi baru dan mungkin masih merasa ragu dengan produk tersebut maka ia akan meminta pendapat orang yang dipercayai.

2. Kemanfaatan Teknologi

a. Pengertian Kemanfaatan Teknologi

Kemanfaatan adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu dapat meningkatkan pencapaian kerjanya. Kemanfaatan dari suatu produk yang dirasakan setiap individu itu berbeda, tergantung dengan intensitas penggunaannya. Semakin sering seseorang menggunakan teknologi tertentu, maka semakin besar manfaat yang dirasakan individu tersebut. Kemanfaatan ini terkait dengan produktivitas dan efektivitas sistem atau teknologi tertentu untuk menyelesaikan tugas secara menyeluruh demi meningkatnya kinerja pengguna.¹⁴

Teknologi menurut Miarso diartikan sebagai pengetahuan mengenai bagaimana membuat sesuatu atau bagaimana melakukan sesuatu. Maksudnya yakni bagaimana kemampuan kita melakukan sesuatu tindakan yang bernilai

¹³ Hestin Mulyasari, dkk, "Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia." *SENTIKA*, Vol. 2, No. 1 (2014): 168.

¹⁴ Pande Made Wedhanta dan Ni Luh Widhiyani, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Pemakai dan Kompetensi Auditor pada Keberhasilan Penerapan Teknik Audit Berbantu Komputer." *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 14, No. 1 (2016): 398

tinggi, baik nilai manfaat maupun nilai jualnya.¹⁵ Teknologi merupakan pengaplikasian ilmu dan *engineering* dalam pengembangan mesin untuk memperluas dan memperbaiki kondisi manusia dan efisiensi dalam beberapa aspek. Teknologi mencakup seluruh sarana yang disediakan untuk menyediakan kebutuhan barang demi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Adapun teknologi yang dimaksud dalam hal ini adalah teknologi *e-wallet*.

Jadi kemanfaatan teknologi adalah tingkat keyakinan dimana seseorang yakin atau percaya bahwa suatu teknologi dapat membantu aktivitas seseorang menjadi lebih efektif dan efisien. Kemanfaatan teknologi dapat diketahui dari adanya penerimaan teknologi dan kepercayaan bahwa teknologi akan memberikan manfaat positif bagi pengguna.

b. Dimensi dan Indikator Kemanfaatan Teknologi

Menurut Chin dan Todd ada dua dimensi yang digunakan untuk mengukur kemanfaatan teknologi, yaitu:¹⁶

- 1) Manfaat
Manfaat yaitu guna atau keuntungan yang diterima seseorang dari penggunaan suatu teknologi, indikator dari manfaat yaitu:
 - a) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
 - b) Bermanfaat (*usefull*)
 - c) Menambah produktivitas (*increase productivity*)
- 2) Efektivitas
Efektivitas yaitu pengukuran keberhasilan dari adanya tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Indikator efektivitas yaitu:
 - a) Mempertinggi efektivitas (*enchance effectiveness*)
 - b) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve the job performance*)

¹⁵ Muhammad Ngafifi, *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia...*, 38.

¹⁶ Irawan, "Analisis Penerimaan Pengguna Software Akuntansi Menggunakan *Technology Acceptance Model*." *ESAI*, Vol. 9, No. 2 (2015): 4.

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat vital dalam segala kegiatan terlebih kegiatan yang mengandung resiko dan ketidakpastian. Seperti halnya *e-wallet*, ketidakpastian dan resiko menjadi salah satu penentu kepercayaan seseorang untuk menggunakannya. Dalam kondisi yang beresiko diperlukan kepercayaan agar seseorang dapat mengambil tindakan. Kepercayaan adalah keinginan seseorang untuk menerima ketidakpastian di atas keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan mampu memenuhi keinginannya.¹⁷ Menurut Jogiyanto kepercayaan adalah anggapan seseorang terhadap sesuatu setelah menerima, mengumpulkan dan mencari tau kebenaran informasi tersebut. Menurut Ba dan Pavlou kepercayaan yaitu penilaian hubungan kegiatan transaksi yang dilakukan oleh dua pihak dengan harapan di tengah ketidakpastian. Sedangkan menurut Morgan dan Hunt kepercayaan akan timbul ketika seseorang mempunyai keyakinan dalam menjalankan sebuah kegiatan dengan pihak lain yang berintergritas tinggi dan terpercaya.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan, kepercayaan adalah keyakinan seseorang untuk melakukan suatu tindakan setelah berhasil mengumpulkan, memproses, dan mencerna informasi yang didapat, kemudian dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan kepercayaan disini adalah kesediaan seseorang untuk memasrahkan diri kepada pihak lain dengan suatu resiko.¹⁸

b. Pembentuk Kepercayaan

Kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan yang dimiliki konsumen terhadap obyek dan manfaatnya. Menurut Mowen dan Minor ada tiga faktor pembentuk kepercayaan, yaitu:¹⁹

¹⁷Anjar Priyono, "Analisis Pengaruh *Trust* dan *Risk* dalam Penerimaan Teknologi E-wallet Go-Pay." *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 21 No. 1 (2017): 92.

¹⁸Debby Cynthia Kumala, dkk., "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, dan *Security* terhadap Minat Penggunaan Gopay pada Generasi X di Surabaya", *JMP*, Vol. 6, No. 1 (2020): 22

¹⁹Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiah Medan." *Jurnal Ekuitas*, Vol. 12, No. 1 (2008): 78.

1) Kepercayaan atribut obyek

Atribut yaitu karakteristik atau fitur yang dimiliki suatu obyek. Sedangkan obyek disini bisa jadi orang, perusahaan, produk dan apapun itu yang dapat menimbulkan kepercayaan serta sikap seseorang. Jadi kepercayaan atribut obyek yaitu pengetahuan konsumen mengenai karakteristik atau fitur yang dimiliki suatu obyek sehingga menimbulkan kepercayaan tersendiri dalam menggunakan produk tersebut.

2) Kepercayaan manfaat atribut

Atribut merupakan sesuatu yang sangat diperlukan perusahaan untuk produknya. Perusahaan harus paham apa yang menjadi khas produknya sehingga diketahui konsumen serta hal apa yang dapat digunakan untuk mengevaluasi produknya. Seseorang memilih dan menggunakan suatu produk yang dipercaya dapat memenuhi kebutuhannya. Kepercayaan atribut manfaat yaitu anggapan konsumen terhadap suatu atribut, apakah atribut tersebut dapat memberikan manfaat atau tidak kepada dirinya.

3) Kepercayaan manfaat obyek

Manfaat yakni hasil positif dari sebuah obyek yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan manfaat obyek yaitu persepsi konsumen tentang sejauh mana produk, orang atau jasa bermanfaat bagi pengguna.

c. **Dimensi dan Indikator Kepercayaan**

Menurut Mayer *et al* dimensi dari kepercayaan ada tiga, yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Penjelasan dari ketiganya yaitu:²⁰

1) *Ability*

Ability dalam dimensi kepercayaan yakni mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi seseorang melalui penyediaan pelayanan yang aman sehingga pengguna percaya terhadap transaksi yang dilakukan. Dalam penelitian ini kemampuan yang

²⁰ David Wong, “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust*, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, (2017):159-160.

dapat disediakan penyelenggara *e-wallet* yaitu memberikan kemudahan serta keamanan dalam bertransaksi.

2) *Benevolence*

Benevolence merupakan kemauan penjual untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga menimbulkan rasa saling menguntungkan. Yakni penjual menerima profit yang maksimal dan konsumen juga mendapat kepuasan yang tinggi. Dengan kata lain penjual bukan semata-mata mencari keuntungan saja tetapi penjual juga memberikan perhatian yang besar untuk mewujudkan keinginan pengguna.

3) *Integrity*

Integrity yaitu perilaku penjual dalam menjalankan bisnisnya, apakah informasi yang diberikan mengenai produk atau jasa sesuai fakta atau tidak. Integritas ini sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen, jika konsumen sudah merasa tertipu maka rasa kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa itu akan hilang. Maka dalam menjalankan sebuah bisnis kebenaran harus selalu dikatakan. *Integrity* dapat dilihat dari pemenuhan, kesetiaan, keterus-terangaan, keterkaitan serta kehandalan.

4. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Dalam rangka mencukupi kebutuhan sehari-hari, setiap orang butuh pekerjaan. Dengan cara bekerja seseorang akan menerima pendapatan atau gaji. Pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukan untuk mencari nafkah. Pendapatan merupakan sumber daya material yang dimiliki konsumen untuk melakukan kegiatan konsumsi.²¹

Ada beberapa pengertian pendapatan dari beberapa sumber. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PAI pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban suatu perusahaan, akibat adanya serah terima dagang/jasa atau aktivitas usaha lainnya di dalam suatu periode. KDPPLK mengemukakan pendapatan merupakan

²¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 257.

hasil penjualan barang hasil produksi oleh perusahaan manufaktur maupun penjualan barang dagangan, penjualan atau penyerahan jasa, penggunaan aktiva baik aktiva berwujud maupun tak berwujud oleh pihak-pihak lain yang menghasilkan bunga, sewa, royalti dan dividen. Sedangkan Vernon Kam berpendapat bahwa pendapatan ditunjukkan oleh kenaikan bruto nilai aktiva dan modal dan kenaikan tersebut seringkali ditunjukkan oleh adanya aliran kas masuk.²²

Dari pengertian-pengertian di atas maka pendapatan adalah segala pertambahan aktiva perusahaan manufaktur atau perusahaan dagang dari adanya penjualan atau penyerahan barang dan jasa, penggunaan aktiva baik aktiva berwujud maupun tak berwujud. Akan tetapi, pendapatan yang dimaksudkan pada penelitian ini yaitu pendapatan yang didapatkan seseorang setelah melakukan usaha atau pekerjaan dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang biasa disebut dengan pendapatan keluarga. Pendapatan ini diukur dari semua pendapatan yang diterima oleh semua anggota keluarga bukan pendapatan yang diperoleh seorang saja atau kepala keluarga.²³ Pendapatan ini bisa berasal dari usaha sendiri, bekerja dengan pihak lain atau berupa uang pensiun, sumbangan ataupun hadiah. Jumlah pendapatan akan mempengaruhi daya beli seseorang terhadap suatu produk. Pendapatan merupakan indikator penting dalam kegiatan konsumsi, jika pendapatan tinggi tingkat konsumsi juga tinggi.

b. Dimensi dan Indikator Pendapatan

Ada beberapa hal yang digunakan untuk mengukur pendapatan rumah tangga seseorang, yaitu:²⁴

1) Pendapatan pokok

Pendapatan pokok yakni pendapatan dari pekerjaan pokok kepala rumah tangga. Pendapatan pokok ini berupa upah atau gaji yang didapatkan seseorang setiap pekan atau setiap bulan.

²² Muqodim, *Teori Akuntansi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 128-129.

²³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, 257.

²⁴ Husein Syahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim* (Jakarta: Insani Press, 1998), 103

2) Pendapatan tambahan

Pendapatan tambahan adalah pendapatan rumah tangga yang bersifat tambahan. Pendapatan tambahan ini seperti bonus atau pemberian dana bantuan. Pendapatan tambahan ini tidak pasti karena tidak setiap bulan pendapatan ini didapatkan, kecuali oleh rumah tangga yang terdaftar sebagai masyarakat miskin.

3) Pendapatan lain-lain

Pendapatan lain-lain yaitu pendapatan yang diterima karena bantuan atau hibah dari orang lain atau hasil dari perputaran harta. Pendapatan istri merupakan bantuan yang termasuk dalam kategori pendapatan lain-lain.

c. Distribusi Pendapatan dalam Islam

Pendapatan adalah segala sesuatu yang diterima seseorang berupa uang ataupun barang atas pekerjaan yang dilakukan. Pendapatan yang diperoleh seseorang terdapat hak orang lain yang dianjurkan untuk didistribusikan. Distribusi pendapatan merupakan proses penyaluran harta dari si pemilik harta kepada pihak yang memiliki hak untuk menerima, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sesama muslim maupun untuk meningkatkan kesejahteraan.²⁵

Kekayaan harus dimanfaatkan secara baik dan benar sesuai dengan ketentuan syariat karena Islam melarang penimbunan harta yang dapat merugikan masyarakat. Selain tidak merugikan orang lain, pendapatan harus digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat seperti zakat dan infaq demi kemakmuran bersama²⁶ Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al Hasyr ayat 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ

²⁵ Ummi Kalsum, "Distribusi Pendapatan dan Kekayaan dalam Ekonomi Islam." *Li Falah*, Vol. 3, No. 1, (2018): 42.

²⁶ Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 101-102.

السَّيْلِ كَي لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا
 ءَاتَكُمْ الرَّسُولُ فَاخْذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا
 وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.²⁷

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang mendukung dilaksanakan penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Kepercayaan Pada Minat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan tingkat kepercayaan berpengaruh	Perbedaan penelitian Andhika Bayu dengan penelitian ini yaitu penelitian Andhika Bayu menggunakan variabel lain

²⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Jawa Timur: Halim, 2014), 546.

		Menggunakan Uang Elektronik	positif pada minat menggunakan uang elektronik. Variabel persepsi manfaat sebesar 15,67 dari nilai maksimum 19,62. Variabel tingkat kepercayaan memiliki nilai 15,99 dari nilai maksimum 21,28. ²⁸	persepsi kemudahan, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel lain pendapatan.
2.	Salmawati dan Meutia Fitri	Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh	Hasil Uji T menghasilkan tingkat pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan berada di bawah 5% sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. ²⁹	Penelitian Salmawati menyoroti minat muzakki untuk membayar zakat secara langsung sedangkan penelitian ini terfokus pada penggunaan <i>e-wallet</i> untuk infaq.
3.	Hanif Astika Kurniawati,	Analisis Minat Penggunaan	Hasil dari penelitian ini yaitu	Perbedaan dari penelitian Hanif Astika dan

²⁸ Andhika Bayu P, I Dewa Gede D.S, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan...”, 944-945.

²⁹ Salmawati, Meutia Fitri, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas dan..., 61-61.

	dkk.	<i>Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi</i>	pengalaman, kompleksitas dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan (<i>perceived usefulness</i>) dan berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> . ³⁰	penelitian ini yaitu pada penelitian Hanif Astika variabel yang dipengaruhi adalah minat penggunaan <i>mobile banking</i> , sedangkan dalam penelitian ini variabel yang dipengaruhi adalah penggunaan <i>e-wallet</i> untuk infaq.
4.	Muhammad Al Faridho Awwal dan Dewi Wahyu Setyo Rini	Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel persepsi masyarakat tentang kemudahan ataupun pengembangan dan variabel religiusitas terhadap sikap yang memunculkan minat untuk bersedekah	Perbedaan penelitian Muhammad Al dan Dewi dengan penelitian ini yaitu penelitian Muhammad Al dan Dewi menggunakan variabel independent lain yaitu variabel persepsi, variabel religiusitas. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kemanfaatan

³⁰ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dkk., "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi." *e-Journal*, Vol. IV, No. 1, (2017): 29.

			menggunakan pembayaran non tunai. ³¹	teknologi, kepercayaan, dan pendapatan.
5.	Maulia Nurul dan R. Gratiyana Ningrat	Adopsi Teknologi Muslim, Sikap dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan <i>Financial Technology</i>	Penelitian ini membahas mengenai <i>mobile banking</i> , <i>marketplace</i> , <i>e-wallet</i> dan <i>crowdfunding</i> pemanfaatan teknologi keuangan untuk memudahkan penggunaannya. Hasil dari penelitian ini teknologi dalam perspektif kemudahan dan manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan produk investasi <i>fintech</i> berbasis syariah. ³²	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian Maulia Nurul yaitu penelitian ini berfokus pada penggunaan <i>fintech e-wallet</i> untuk berinfatq, sedangkan penelitian Maulia Nurul yang menjadi fokus pembahasan adalah pemanfaatan <i>fintech</i> untuk investasi syariah.

C. Kerangka Berfikir

Kebiasaan masyarakat turut berubah seiring dengan perkembangan zaman. Perubahan yang paling signifikan adalah perubahan dibidang keuangan. Kecanggihan teknologi yang

³¹ Muhammad Al Faridho Awwal dan Dewi Wahyu Setyo Rini, Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai, *JPIS*, Vol. 6, No. 1, (2019): 44

³² Maulia Nurul dan R. Gratiyana Ningrat, “Adopsi Teknologi Muslim, Sikap dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan *Financial Technology*.” *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, Vol. 3, No. 2, (2018): 171.

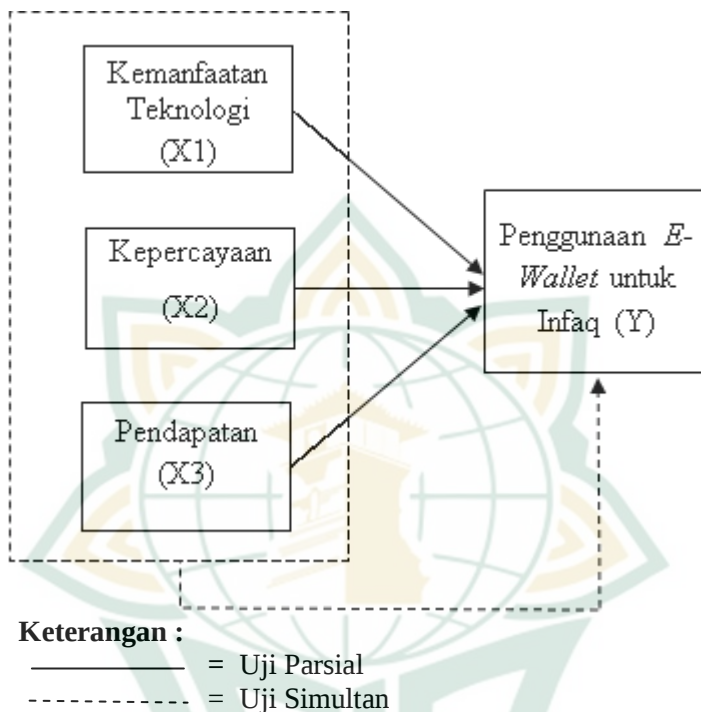
dimanfaatkan dalam aktivitas keuangan mengubah kegiatan transaksi yang dulunya menggunakan sistem barter kini berubah dengan sistem uang. Sebagaimana sifat manusia yang tidak akan merasa cukup, sistem uang dirasa memiliki kekurangan. Kekurangan dari sistem uang yaitu ketidaknyamanan masyarakat untuk membawa uang dalam jumlah banyak, selain mempertebal dompet, kegiatan transfer juga sulit dilakukan karena harus bertemu langsung dengan penerima. Oleh karena itu muncul uang elektronik dalam bentuk kartu, uang elektronik dirasa kurang efektif karena jika seseorang tidak membawa kartu maka transaksi tidak dapat dilakukan, selain itu kartu juga rentan dengan kerusakan. Sehingga muncullah *e-wallet*, segala transaksi dapat dilakukan dalam satu *smartphone*.³³

E-wallet menyediakan banyak fitur, mulai dari pembayaran makanan, belanja *online*, belanja di *mechant* secara *offline*, beli pulsa, pembayaran sehari-hari seperti token listrik, tagihan BPJS, tagihan TV berbayar.³⁴ Dan yang terbaru *e-wallet* menyediakan fitur untuk berinfaq. Tentu saja terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam penggunaan *e-wallet* terlebih ketika menggunakan fitur infaq/sedekah. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila ada manfaat dari penggunaannya. Jika teknologi sudah terbukti memberikan manfaat maka akan timbul rasa kepercayaan, terlebih teknologi ini berhubungan dengan keuangan sebagaimana *e-wallet*. Selain itu penggunaan *e-wallet* untuk infaq juga bergantung pada pendapatan seseorang, jika pendapatan tinggi kemungkinan penggunaan *e-wallet* untuk berinfaq juga tinggi. Berikut adalah kerangka berpikir dalam penelitian ini.

³³ Agung Wibowo, "Transaksi Pembayaran T-Cash Dengan Dukungan Teknologi Berbasis *Near Field Communication* (NFC)." *Applied Information Systems and Management (AISM)*, Vol. 1, No. 1, (2018): 1.

³⁴ Aprilia Ika, " Uang Elektronik Vs Dompet Elektronik, Mana yang Lebih Menarik Digunakan?" *Kompas.com*, September, 28, 2017. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/28/120000326/uang-elektronik-vs-dompet-elektronik-mana-yang-lebih-menarik-digunakan?page=all>.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah. Dikatakan sementara karena jawaban tersebut baru berdasarkan penelitian yang relevan belum berdasarkan fakta data lapangan. Hipotesis ini hanya dilakukan pada penelitian dengan pendekatan kuantitatif.³⁵ Kebenaran suatu hipotesis dapat dibuktikan dengan percobaan atau penelitian melalui pengumpulan data primer. Jika hipotesis telah teruji kebenarannya maka hipotesis tersebut dapat dikatakan sebagai teori.

1. Pengaruh Kemanfaatan Teknologi terhadap Penggunaan E-Wallet untuk Infaq

Seiring dengan perkembangan zaman, kebiasaan masyarakat juga mengalami perkembangan. Perkembangan yang paling pesat adalah perkembangan dibidang transaksi keuangan. Segala transaksi keuangan, termasuk infaq sekarang ini

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 93

dipermudah melalui adanya *e-wallet*. Ketika seseorang menemui teknologi baru, ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan kapan dan bagaimana teknologi tersebut akan digunakan, selain itu manfaat dan kemudahan juga turut menjadi faktor dalam penggunaan. Semakin teknologi memberi manfaat dan kemudahan bagi penggunanya maka semakin tinggi pula tingkat penggunaannya.³⁶ Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede D.S. dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Semakin teknologi memiliki banyak manfaat maka semakin tinggi minat untuk menggunakannya.³⁷ Jadi hipotesis penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh kemanfaatan teknologi terhadap penggunaan *e-wallet* untuk infaq di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan E-Wallet untuk Infaq

Kepercayaan yaitu kemauan pihak satu untuk yakin kepada pihak dua dalam hubungan transaksi berdasar keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi kewajiban sesuai dengan harapan. Kepercayaan merupakan hal yang vital dalam sebuah kegiatan. Segala sesuatu yang berkaitan dengan uang tentu saja membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Dibutuhkan kepercayaan yang tinggi dalam penggunaan *e-wallet* terlebih saat ingin melakukan kegiatan keagamaan seperti berinfaq.³⁸ Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu Putu Riska W. dan Ni Nyoman K.Y. yang berjudul Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai dengan Niat Menggunakan

³⁶ Yulia Margaretha Manullang, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan BRIZZI Bank Rakyat Indonesia di Kota Pekanbaru." *JOM FEB*, Vol. 1, Edisi 1, (2018): 4.

³⁷ Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede D.S., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik" *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 27, No. 2 (2019): 948

³⁸ David Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust...", 159.

E-money dengan hasil kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap *e-money* maka niat penggunaan *e-money* juga tinggi.³⁹ Jadi hipotesis penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* untuk infaq di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

3. Pengaruh Pendapatan terhadap Penggunaan *E-Wallet* untuk Infaq

Menurut Sumarwan pendapatan adalah kompensasi yang diperoleh melalui kegiatan pekerjaan sesuai dengan syariah untuk memenuhi kebutuhan. Setiap kekayaan yang didapat harus diketahui asal usulnya. Dalam Islam setiap harta yang diterima terdapat hak orang lain di dalamnya sehingga harus diinfakkan.⁴⁰ Pendapatan merupakan faktor penting dalam penggunaan *e-wallet* untuk infaq, orang dengan pendapatan mumpuni akan mudah menggunakan *e-wallet* untuk berinfaq. Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulia Margaretha Manullang yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Brizzi Bank Rakyat Indonesia di Kota Pekanbaru dengan kesimpulan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan brizzi, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula brizzi digunakan.⁴¹ Jadi hipotesis penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut:

H₃ : Terdapat pengaruh pendapatan terhadap penggunaan *e-wallet* untuk infaq di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

³⁹ Putu Riska W. dan Ni Nyoman K.Y, "Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai dengan Niat Menggunakan *E-money*", *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 1, (2017): 23.

⁴⁰ Salmawati, Meutia Fitri, "*Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas...*", 56.

⁴¹ Yulia Margaretha Manullang, " *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Brizzi Bank Rakyat Indonesia...*", 13.