

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam perspektif Islam adalah Al-Qur'an dalam bagian utama dari Surah Al-Alaq yang berarti “Bacalah” yang mengajarkan kita untuk membaca, pentingnya membaca tidak hanya membaca sebuah buku atau dari perspektif berbasis teks, namun di samping itu. semua sudut pandang apakah itu meneliti cakrawala jasad yang merupakan indikasi kekuasaannya kita bisa memahami apa yang benar-benar menarik minat kita dalam hidup ini.

Minat adalah sumber inspirasi, dan ketika orang diizinkan untuk memilih, hal itu mendorong mereka untuk melakukan apa yang mereka sukai. Ketika seseorang berpikir sesuatu memiliki nilai, itu menjadi penasaran dan dengan demikian membawa kepuasan. Ketika pemenuhan berkurang, minat juga akan berkurang, sehingga minat tidak kekal atau dapat berubah. Minat adalah suatu perhatian yang intens dan mendalam yang menyertai rasa senang dalam suatu kegiatan, sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut sesuai dengan keinginannya.¹

Pandangan lain tentang minat adalah suatu keadaan di mana seseorang tertarik pada sesuatu dan berkeinginan untuk belajar lebih banyak, mengetahui, dan terus membuktikan diri.² Oleh karena itu, minat adalah dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu atau menggunakannya tanpa dorongan orang lain. Dalam minat belajar dapat diartikan sebagai minat seseorang dalam menggunakan *financial technology* untuk bertransaksi.

Seperti halnya kemampuan, minat adalah sesuatu yang harus diberikan pada hal-hal yang penting. Faktanya, minat masih merupakan hal teoretis. Jika kita memiliki minat yang luar biasa terhadap sesuatu, tetapi tidak bersusah payah untuk

¹Carlos Kambuaya, “Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung,” *Social Work Jurnal* 5, no. 2 (2014): 157–66.

²Nurdin and Azizah, “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.” 207

mendapatkan, memperoleh, atau memilikinya, minat tersebut tidak ada gunanya.³

Sesuatu hal yang naif jika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak menanggapi dengan aktivitas yang sebenarnya. Karena pada dasarnya mengasumsikan bahwa kita tertarik pada sesuatu, itu berarti kita menyambut lingkungan atau objek dan memiliki sikap positif terhadapnya.

Firman Allah SWT tentang minat dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ

سَبِيلًا

Artinya:

“Katakanlah: “tiap-tiap orang berbuat menurut keadannya masing-masing”. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Keinginan disebabkan adanya rasa dorongan untuk meraihnya. Sesuatu itu bisa berupa benda, kegiatan, dan sebagainya baik itu yang membahagiakan ataupun menakutkan atau merupakan kecenderungan seseorang yang berasal dari luar maupun dalam sanubari yang mendorongnya untuk merasa tertarik terhadap suatu hal sehingga mengarahkan perbuatannya kepada suatu hal tersebut dan menimbulkan perasaan senang.

Dengan demikian, anugerah terbesar dari Allah SWT Bagi kami, ini tidak berarti bahwa kami harus duduk dan membiarkan kepentingan kami berkembang sendiri. Namun demikian, kita berusaha untuk melebarkan sayap-sayap kasih karunia Allah semaksimal mungkin, agar karunia-Nya dapat bermanfaat bagi diri kita sendiri, orang lain, dan keadaan kita.

³ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), cet. Ke-3, hlm 272

b. Indikator Minat Bertransaksi

Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang digunakan seagai berikut:⁴

- 1) Rasa ingin menggunakan.
- 2) Selalu menggunakan.
- 3) Keinginan mencoba suatu produk *fintech*.
- 4) Rasa ingi tahu mengenai *fintech*.
- 5) Berlanjut menggunakan dimasa mendatang.

Minat dipengaruhi dari dua faktor yaitu faktor Eksternal dan faktor Internal. Faktor yang mempengaruhi minat setiap seseorang diantaranya adalah:

- 1) Faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang berhubungan dengan rohani dan jasmani.
- 2) Faktor Emosional, adalah ukuran kekuatan seseorang dalam menaruh perhatian terhadap apa yang diinginkan atau pada objek tertentu.
- 3) Faktor motif social adalah kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan seseorang itu berada.

2. *Financial Technology Syariah*

a. Pengertian *Financial Technology Syariah*

Berdasarkan ajaran Islam dalam Al-Qur'an dan Hadits, berbagai kegiatan keuangan dan ekonomi harus fokus pada memastikan kebebasan individu dan mempertahankan tingkat solidaritas yang tinggi. Juga, Fintech menganut pada an-Taradhin, yang merupakan salah satu kriteria Muamalah dan menandakan kegembiraan antara kedua pihak. .Asas tersebutlah yang menjadi bagian utama atas sahnya suatu transaksi.⁵

Financial technology merupakan suatu industri berbasis teknologi dalam layanan keuangan yang memunculkan berbagai inovasi agar dapat menyediakan layanan keuangan diluar lembaga keuangan yang sifatnya konvensional agar masyarakat lebih mudah dalam mengakses produk keuangan dalam melakukan kegiatan transaksi.

Fintech singkatan dari *financial technology* dalam bahasa Indonesia yaitu teknologi finansial. Dalam beberapa

⁴Nurdin and Azizah, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu." 208

⁵Dodi Yarli, "Analisis Akad Tijarah Pada Transaksi Fintech Syariah Dengan Pendekatan Maqhasid," *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam* 9, no. 2 (2018): 250.

tahun terakhir, istilah *fintech* merupakan istilah yang kini populer di masyarakat.⁶ Adanya *financial technology* memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada zaman sekarang ini, kemudahan dan efisiensi waktu seperti *fintech* ini yang diinginkan masyarakat saat bertransaksi.⁷

Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), merupakan suatu inovasi dalam penggunaan teknologi modern di sektor keuangan. *Fintech* pada dasarnya adalah layanan keuangan berbasis teknologi. Layanan Jasa Keuangan juga inovatif menggunakan *Fintech* sistem online dan merupakan jenis produk *Fintech* seperti pembayaran tagihan listrik, pembayaran angsuran mobil dan premi asuransi di lakukan secara online.⁸

Perkembangan *fintech* semakin meningkat dari tahun ke tahun juga karena *fintech* dapat mendorong lembaga keuangan untuk berperan dalam memberikan layanan berkualitas yang mudah dan cepat kapan saja, di mana saja. Oleh karena itu kembangkan *fintech* Ini harus menjadi kesempatan untuk mempromosikan dan meningkatkan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan. Selain *fintech* konvensional, ada juga layanan *fintech Syariah*. Layanan *fintech syariah* memberikan penawaran dan menggunakan mekanisme berbasis syariah.⁹

b. Jenis-Jenis *Financial Technology*

Saat ini perkembangan *financial technology* di Indonesia sangat pesat. Sudah banyak perusahaan yang berdiri untuk mengembangkan layanan keuangan yang berbasis teknologi. Ada jenis *financial technology* yang ada di Indonesia yaitu diantaranya adalah *Digital payment*, *peer to peer lending (P2P)*, *crowdfunding*, *market aggregator*.¹⁰

1) *Digital Payment*

Digital payment adalah cara pembayaran dengan menggunakan media elektronik seperti melalui SMS,

⁶Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 9-10

⁷ Marisa, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology", 142

⁸ Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (2021): 6.

⁹Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 5

¹⁰www.bi.go.id Diakses pada tanggal 17 juni 2021 pukul 16.47 WIB

internet banking dan mobile banking. Digital payment merupakan jenis *fintech* yang bergerak pada lintas pembayaran baik melalui perbankan ataupun Bank Indonesia. Kehadiran *fintech* dapat memudahkan pengguna dan membuat transaksi menjadi lebih efisien dan efisien.¹¹

Dalam hal ini akad yang digunakan antara pemegang dan penerbit adalah akad wadi'ah dan akad qardh. Akad wadi'ah yang dimaksud dengan ketentuan sebagai berikut:¹²

- a) Saldo *e-money* merupakan saldo yang dapat ditarik dan digunakan oleh pemegangnya setiap saat.
- b) Penerbit hanya dapat menggunakan saldo *e-money* yang *disetorkan* dengan persetujuan pemegangnya.
- c) Ketika saldo *e-money* digunakan oleh penerbit maka akad wadi'ah berubah menjadi akad qardh dan tanggung jawab penerbit sebagaimana tanggung jawab dalam akad qardh.
- d) Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh melanggar prinsip syariah dan perundang-undangan.

Allah berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
 بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْبَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
 تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang salah (tidak juga) kecuali itu adalah tawar-menawar berdasarkan kesepakatan bersama”.

¹¹Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 14-17

¹²Fatwa Dewan Syariah Nasional-majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017

tentang uang elektronik syariah, 10

Sedangkan akad qardh yang dimaksud dengan ketentuan dan batasan sebagai berikut:¹³

- a) Saldo e-money harus dibayar dan pemegang dapat menarik dan menggunakannya kapan saja.
- b) Penerbit dapat menginvestasikan uang hutang dari pemegang.
- c) Penerbit wajib mengembalikan jumlah klaim kepada pemegangnya setiap saat sesuai kesepakatan.
- d) Penggunaan dana oleh emiten tidak boleh melanggar prinsip syariah.

Berbagai jenis produk payment seperti *e-money card*, *e-toll*, *e-wallet*, dan bentuk aplikasi lain seperti Go-Pay, OVO, Dana, Paytren dan sebagainya. Salah satu aplikasi ini dapat memudahkan setiap pelanggan untuk menyelesaikan transaksi pembayaran, termasuk membayar layanan dan barang, tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Adapun manfaat ketika bertransaksi menggunakan jenis *fintech digital payment* ini:¹⁴

- a) Pembelian produk atau jasa secara online dapat dibayarkan melalui proses yang efektif dan efisien.
- b) Dengan adanya berbagai alat pembayaran online, sangat berguna dalam kemudahan pembayaran serta perluasan media pembayaran dapat dilakukan dengan mudah.
- c) Memberikan efektifitas dan efisiensi waktu, yang mana pengguna akan melakukan transfer uang dengan cepat dan tidak perlu menunggu antrian.

2) *Peer to Peer Lending* (P2P)

Peer to peer lending merupakan jenis *fintech* yang tumbuh pesat di Indonesia, pinjam meminjam uang melalui layanan *peer to peer lending* mempunyai kelebihan yaitu syarat yang sangat mudah dan proses yang cepat dibandingkan dengan pinjam meminjam uang melalui lembag bank. Inovasi keuangan digital merupakan ekosistem digital yang dilibatkan di sektor jasa keuangan yang mendapat nilai tambah baru dari P2P *lending* salah satu layanan *fintech* yang termasuk sebagai pembaruan

¹³ Fatwa Dewan Syariah Nasional-majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, 10-11

¹⁴ Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 17

model aktivitas bisnis, instrument keuangan, serta proses bisnis.

Sebagai layanan pembiayaan yang mempertemukan investor yang membutuhkan modal, layanan P2P ini banyak diminati karena tidak hanya peminjam yang diuntungkan, tetapi juga investor karena mendapatkan bunga dari dana yang mereka berikan.

Peer to peer lending menyediakan platform secara online. Dengan demikian, Bagi masyarakat yang membutuhkan modal untuk memulai atau mengembangkan bisnis dan layanannya, kini dapat menggunakan layanan start-up yang menawarkan pinjaman P2P.¹⁵ Adapun contoh dari P2P ini yaitu *Investree* dan *KoinWorks*.

Dalam sebuah penyelenggaraan pembiayaan P2P ini, akad yang sesuai dengan karakteristik pembiayaan adalah akad *al-ba'i, ijarah, mudharabah, musyarakah, wakalah bil ujah dan qardh*.¹⁶

Peer to peer lending merupakan pembiayaan yang berbasis teknologi informasi baik yang bersifat profit maupun tidak yang harus dilakukan dengan kesepakatan bersama, sehingga akad menjadi pengikat perjanjian untuk menjaga kepercayaan diantara pihak yang terlibat. Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ﴾

Artinya:

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya*”.

3) Crowdfunding

Konsep *crowdfunding* konvensional seiring berjalannya waktu telah berkembang dengan pesat, hal ini juga diikuti *fintech* konsep syariah yang ada didalamnya termasuk *crowdfunding* syariah. Dari sudut pandang hukum Syariah, *crowdfunding* tidak bertentangan dengan

¹⁵Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 9-10

¹⁶Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Berdasarkan Prinsip Syariah, 6-8

hukum Syariah yang ada dan bahkan dapat dikatakan masuk akal. Oleh karena itu, *crowdfunding* boleh dilakukan selama masih menjunjung tinggi nilai-nilai Syariah yang ada.¹⁷

Crowdfunding merupakan suatu bentuk penggalangan dana atau donasi untuk berbagai jenis usaha baik ide bisnis, ide produk dan kegiatan yang dananya dari sumbangan masyarakat luas dan memiliki suatu imbalan yang berupa barang maupun jasa. Secara umum, *crowdfunding* merupakan sebuah platform website yang menjadi tempat bertemunya project owner dengan publik yang memberikan dana. Nantinya project owner akan memberikan sebuah produk atau layanannya sebagai timbal balik. Penggalangan dengan menggunakan *crowdfunding* biasanya diterapkan pada sebuah aplikasi yang berbasis website, yaitu *rewards-based*, *equity based*, *donation based*, dan *lending based*.¹⁸ Contoh dari *crowdfunding* ini yaitu KitaBisa.com, Wujudkan.com, ww.fudabel.com.

Crowdfunding tidak mendanai badan usaha ilegal juga tidak mengandung *unsur gharar, maysir, tadlis*. Perjanjian pembiayaan elektronik utama adalah kontrak. Dalam hal ini dapat menggunakan akad yang sesuai dengan karakteristik pendanaan, antara lain adalah *akad al-bai'*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *wakalah bil ujah dan qardh*.¹⁹

4) Market Aggregator

Market aggregator merupakan layanan yang mengumpulkan dan menganalisis informasi keuangan dengan transparan dari berbagai sumber. *Market aggregator* dapat digambarkan sebagai platform yang dapat digunakan untuk menemukan informasi dan membuat keputusan tentang produk keuangan pilihan.

¹⁷Anisah Novitarani and Ro'fah Setyowati, "Analisis Crowdfunding Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah Compliance Serta Implementasinya Dalam Produk Perbankan Syariah," *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 12, no. 2 (2018): 247–62.

¹⁸Andreas Handoyo and Adi Wibowo, "Aplikasi Crowdfunding sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application," *Komputer* 3, no. 2 (2012): 1–5.

¹⁹Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN_MUI tentang Layanan Pembiayaan berbasis Teknologi Berdasarkan Prinsip Syariah, 9

Dengan layanan ini, agregator menafsirkan semua informasi yang dikumpulkan. *Market aggregator* dapat mengumpulkan, mengelola, dan menyajikan data konsumen untuk membantu konsumen membuat keputusan saat memilih produk keuangan.²⁰

Di Indonesia, terdapat beberapa layanan yang menyediakan layanan berbasis informasi elektronik yang menawarkan perbandingan produk dari harga hingga fitur dan manfaat, seperti: Contoh: Cekaja, Tunaiku Cermati dan KreditGogo. www.cnbindonesia memungkinkan pengguna untuk membandingkan berbagai pilihan layanan keuangan.

c. Dasar Hukum *Financial Technology* di Indonesia

Regulasi industry *fintech* sangat penting, mengingat produk *fintech* adalah hal baru dalam bidang perekonomian. Indonesia tidak memiliki banyak regulasi untuk perusahaan *fintech*, sehingga banyak hal yang masih dapat menimbulkan masalah. Dalam kaidah fiqih dijelaskan bahwa:

الْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ إِلَّا بَأْ حَاةً إِلَّا أَنْ يُدْلُ عَلَ التَّحْرِيمِ

Artinya:

“Pada prinsipnya semua bentuk muamalat diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya atau bertentangan dengan kebolehanya.”²¹

Keberadaan *industry fintech* di Indonesia saat ini diatur oleh badan yang berwenang untuk melindungi hak-hak pengguna produk *fintech*. Dalam hal ini, Bank Indonesia, OJK, dan Majelis Ulama Indonesia merupakan pihak yang berwenang untuk merumuskan regulasi untuk mengatur perkembangan *fintech* di Indonesia, adapun peraturannya antara lain:

- a) Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

²⁰Abu Rizal Amiruddin, dkk, *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*, Surabaya: (Scopindo Media Pustaka, 2020), 17-18

²¹Fatwa Dewan Syariah Nasional-majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, 4

- b) Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik Syariah.
- c) Surat Edaran No. 18/22/DKSP tahun 2016 perihal layanan keuangan digital.
- d) Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah.
- e) Fatwa Dewan Syariah Nasional –Majelis Ulama Indonesia No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang layanan pembiayaan syariah berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah.

Peraturan mengenai operasional industry fintech sangat diperlukan untuk dijadikan pedoman bagi masyarakat. Seorang muslim khususnya sangat membutuhkan panduan untuk memahami batasan penggunaan *fintech* untuk bertransaksi. Mengingat fenomena perkembangan *fintech* masih tergolong baru bagi sebagian kalangan, penerapan *fintech* berbasis syariah belum banyak dilakukan.

3. Pengetahuan Konsumen

a. Pengertian Pengetahuan Konsumen

Perilaku konsumen Islami harus mencerminkan hubungannya dengan Tuhan (hablu minallah) dan kemanusiaan (hablu minan-nas). Tingkah laku manusia menjadi tolak ukur segala pencapaian dalam kehidupan sehari-hari dan ajaran Islam. Perilaku konsumen Islami secara menyeluruh dan menitikberatkan pada etika, mulai dari pemilihan produk hingga penggunaan dan akhirnya manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi. Semua memiliki standar moral Islam untuk kehidupan ini dan selanjutnya. Teori Islam tentang perilaku konsumen juga didasarkan pada Syariah.

Al-Syahiabi mengutip Al-Ghazali mengenai 5 kebutuhan dasar yang berguna bagi keberadaan manusia, yaitu kebenaran, kehidupan, kelimpahan materi, pengetahuan dan generasi yang akan datang. Kelima kebutuhan ini sangat penting dalam menunjang kehidupan Islam dan karenanya harus dipenuhi.²²

Manusia memperoleh informasi dari empat sumber termasuk:

²²Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 122-125.

- 1) Empirisme adalah penyatuan individu dalam sebuah pengalaman yang menghasilkan pemahaman. Pengalaman masuk melalui indera, dan akal adalah perlindungan yang diterima panca indera.
- 2) Logika adalah kaum pragmatis yang membuat pemikiran logika, premis keyakinan dan kebenaran informasi melalui pembuktian, rasional dan realitas.
- 3) Naluri menyiratkan bahwa orang mendapatkan informasi tanpa melalui pola pikir yang berbelit-belit.
- 4) Wahyu adalah informasi yang berasal dari Tuhan yang disampaikan melalui utusan para Nabi dan Rasul kepada hamba-hamba-Nya melalui keterbukaan, manusia diajarkan tentang pengetahuan.²³

Pengetahuan konsumen penting untuk memutuskan produk apa yang akan dibeli, berapa banyak, apa dan kapan harus membeli, dan untuk melihat data pelanggan tentang hal-hal tersebut. Ilmu pengetahuan didasarkan pada nilai-nilai kemanusiaan, yang dengan sendirinya merupakan sistem nilai, berbagai ekspresi kebutuhan manusia yang memberi ilmu asal dan tujuannya. Muslim membahas motivasi di balik pengetahuan meminimalkan inovasi teknologi yang berasal dari dunia Barat untuk menyelamatkan umat Islam dari filsafat negatif arus utama.²⁴

Islam ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan, tak terkecuali dengan penyempurnaan inovasi yang menghadirkan berbagai tatanan, seperti hadirnya inovasi moneter syariah. *Fintech* mulai berkembang di Indonesia mengikuti perkembangan globalisasi. Informasi mengenai *fintech syariah* masih kurang jika dibandingkan dengan potensi pasar objektif di Indonesia. Para akademisi harus terlibat dengan karya-karya inovatif dan memberikan edukasi kepada mahasiswa.

Dalam perspektif Islam, informasi diperoleh melalui ijtihad atau konsekuensi dari perenungan para ulama dan ilmuwan Muslim berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits yang merupakan pedoman hidup manusia untuk disimpan dan disebarluaskan. Jadi, umat Islam di masa jayanya dapat

²³Tejo Adi Setiawan, *Berilmu Pengetahuan*, (Yogyakarta : Relasi IntiMedia, 2016), 10-13

²⁴Eman Supriatna, "Islam Dan Ilmu Pengetahuan," *Jurnal Soshum Insentif* 2, no. 1 (2019): 128–35.

memilih untuk mengubah dunia barat, yang saat itu sedang mengalami masa suram. Oleh karena itu, tingkat kemajuan ilmu pengetahuan semakin pesat, dan melihat fakta-fakta tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa Islam juga turut andil dalam kemajuan ilmu-ilmu kebumihan.²⁵

Pengetahuan dalam perspektif Islam merupakan pengetahuan mendalam dari hasil usaha yang sungguh-sungguh daripada ilmuan muslim (ulama) atas persoalan-persoalan duniawi dan ukhrowi dengan bersumber kepada wahyu Allah SWT.²⁶ Sesuai dengan hadist riwayat Ibnu Majah yaitu:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَلَبُ
الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Artinya:

“Dari Anas bin Malik ia berkata, Rasulullah SAW, bersabda: kewajiban setiap Muslim untuk mencari ilmu” (HR. Ibnu Majah).

Sesuai dengan hadist diatas, dikatakan bahwa konsumen mempunyai tingkatan pengetahuan yang berbeda mengenai *fintech syariah* yang bisa digunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan pembelian. Tingkatan pengetahuan dibentuk ketika seseorang mengkombinasikan beberapa konsep arti kedalam kategori pengetahuan yang lebih besar. Sebagai seorang muslim, harus mencari informasi mengenai pengetahuan secara lengkap dari manapun itu sumbernya serta rinci mengenai suatu hal apapun tak terkeuali pengetahuan mengenai pengetahuan *fintech syariah*.

Pengetahuan adalah hasil dari rasa ingin tahu yang dihasilkan oleh siklus dunia nyata, khususnya mata dan telinga objek tertentu.²⁷ Pengetahuan dapat diartikan sebagai hasil dari rasa ingin tahu tentang suatu produk atau jasa. Pengetahuan merupakan faktor utama dalam perilaku

²⁵Supriatna.

²⁶Mohammad Kosim, “Ilmu Pengetahuan Dalam Islam (Perspektif Filosofis-Historis),” *Ilmu Pengetahuan Dalam Islam* 3, no. 2 (2008): 122–40.

²⁷Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004), 25

konsumen, oleh karena itu pemasar dapat mengukur seberapa penilaian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Toto Suryana mengatakan bahwa akal merupakan Unsur-unsur penting untuk generasi pengetahuan, apakah dibawa ke dunia dari dalam diri manusia itu sendiri, atau pengetahuan tentang Tuhan.²⁸

Menurut Suwarman pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang dimiliki pembeli tentang berbagai jenis barang dan jasa dan pengetahuan lain yang berkaitan dengan barang dan jasa tersebut, serta informasi tentang kemampuannya sebagai pelanggan.²⁹

Menurut Nitisusastro, pengetahuan konsumen adalah pengetahuan tentang nama, produk, manfaat produk, golongan yang diinginkan, berapa harganya dan dimana mendapatkannya.³⁰

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua data yang mereka miliki tentang barang dan jasa dan informasi lain yang berkaitan dengan informasi tentang barang dan jasa tersebut. Pengetahuan konsumen ditujukan untuk melindungi konsumen yang tidak mempunyai informasi mengenai produk agar konsumen tidak salah pilih dalam menentukan produk yang akan dibelinya.³¹

b. Indikator Pengetahuan Konsumen

Menurut Engal *et el* indikator Pengetahuan konsumen dibagi menjadi 3 yaitu:

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kombinasi dari berbagai informasi tentang suatu produk. Informasi produk yang diminta oleh pelanggan mempengaruhi sikap pelanggan terhadap produk. Pembeli harus memahami produk sebelum membelinya. Dengan cara ini, sikap yang

²⁸Eman Supriatna, "Islam Dan Ilmu Pengetahuan," *Jurnal Soshum Insentif* 2, no. 1 (2019)

²⁹ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor:Ghalia Indonesia,2002), hal. 27

³⁰ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*(Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 67

³¹ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018). 64

baik terhadap suatu barang mencerminkan pengetahuan konsumen tentang barang yang dibeli lebih luas.³²

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian adalah berbagai informasi yang diproses oleh pembelanja untuk mendapatkan barang yang diinginkannya. Pengetahuan pembelian mencakup informasi tentang di mana dan kapan pembeli membeli barang. Strategi pemasaran yang penting adalah memberikan informasi kepada konsumen untuk dapat membeli produk tersebut. Pengetahuan pembelian meliputi pengetahuan tentang toko, lokasi, produk di toko, dan lainnya.³³ Misalnya untuk mengaktifkan aplikasi OVO (pembayaran digital) atau kehabisan pulsa, isi ulang bisa dilakukan di Alfamart, tukang ojek online atau di ATM.

3) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi dalam memori tentang cara menggunakan suatu item dan apa yang kemungkinan akan digunakan untuk item tersebut. Pentingnya pengetahuan konsumen itu karena beberapa alasan. Pertama, konsumen tentu saja lebih memilih untuk membeli suatu produk jika pembeli tidak memiliki informasi yang cukup tentang cara menggunakan barang tersebut, tentu mereka akan lebih memilih untuk membeli barang tersebut. Promosi dirancang untuk mendidik pembeli tentang cara menggunakan item, sehingga pengguna memahami bahwa menggunakan item itu penting bagi pelanggan.³⁴

Suatu produk dikatakan memberikan manfaat kepada konsumen, maka konsumen harus mampu menggunakan produk tersebut dengan benar, jika tidak dan terdapat kesalahan dalam penggunaan akan menyebabkan produk tersebut tidak berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, produsen berkewajiban memberikan informasi yang cukup karena pengetahuan pemakaian sangat penting bagi konsumen.

³²Irma Dwi Kusuma and Nindria Untarini, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014): 1573–83.

³³M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: (CV. BUDI UTAMA, 2018), 70-71

³⁴M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: (CV. BUDI UTAMA, 2018), 73

4. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Secara konseptual, kemudahan berasal dari Allah sebagai Pencipta dan Pemimpin alam semesta ini. Oleh karena itu, segala bentuk kemudahan dari ciptaan pada dasarnya berlangsung dengan izin Allah. Sebagai Yang Mahakuasa, tidak ada yang sulit bagi Allah, meskipun interpretasi manusia terkadang menganggapnya tak terbayangkan. Misalnya, tidak mungkin bagi orang-orang jika ada pasangan yang sudah tua (yang mandul tersebut) dikaruniai seorang anak yang bernama Yahya.

Dengan cara ini, tidaklah sulit bagi Allah untuk membebaskan kita dari kesulitan luar biasa yang menghancurkan menuju kemudahan. Sangat sederhana bagi Allah untuk memudahkan usaha kita dan memberikan rezeki yang berlimpah. Sangatlah mudah bagi Allah untuk menganugerahkan keberhasilan bagi kita, Semuanya ada dalam kekuasaan Allah. Tidak ada yang menantang bagi Allah, Semuanya mudah bagi-Nya. Ketika menginginkan sesuatu, Dia cukup berkata, “Kun Fayakun” (baiklah, jadilah).³⁵

Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidak akan menyusahkan dan membutuhkan usaha yang lama pada saat digunakan. Setiap teknologi dibuat Untuk memudahkan aktivitas setiap orang , semakin sederhana teknologi maka semakin besar minat untuk menggunakannya.³⁶

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna Teknologi mempercayai bahwa teknologi informasi yang mudah dan cepat, Sehingga mudah dipahami dengan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik dari kemudahan penggunaan.³⁷

³⁵Quraish Shihab, *Mu'jizat al-Qur'an ditinjau dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah dan Pemberitaan Ghaib*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2014), 128.

³⁶Nurdin and Azizah, “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.” *Hukum Ekonomi Syariah* 6, no.2 (2020), 199-222

³⁷Adiwijaya, “Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking.” *jurnal manajemen dan bisnis* 15, no.3, 135-153

Kemudahan penggunaan dianggap menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology*. Kemudahan yang dimaksud ialah tidak hanya mengenai kemudahan dalam menggunakannya saja, tetapi meliputi manfaat yang dirasakan saat menggunakan teknologi tersebut.

Faktor kemudahan adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap seseorang dalam menggunakan teknologi, karena dengan kemudahan yang diberikan maka orang tersebut akan tertarik untuk menggunakannya. Kemudahan juga merupakan salah satu nilai penting Islam dan Allah menjadikan hamba-hamba-Nya agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ibadah dan ajaran agama, terutama ketika dalam keadaan sulit. Hal ini Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 185:³⁸

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا
الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ
تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya:

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu menciptakan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”

Adapun ayat mengenai kemudahan yang tertera dalam Al-Qur’an, Allah berfirman: (QS. Al-Insyirah:5-6)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (QS. Al-Insyirah:5-6).

Ayat diatas Ayat di atas menjelaskan bahwa di balik kesulitan yang Allah berikan dalam hidup pasti ada

³⁸ Alquran, Al-Baqarah ayat 185, Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia, (Kudus, Menara Kudus, 2006), 28

kemudahan. Bahkan ketika menggunakan fintech untuk transaksi pembayaran, diperbolehkan pada saat ini jika fasilitas yang diberikan oleh fintech tidak melanggar aturan Islam. Sangat mungkin merasa bahwa kemudahan mengganggu dan mengurangi jam kerja dan beban kerja saat menggunakan teknologi. Kemudahan penggunaan seharusnya memudahkan pengguna untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Indikator dari kemudahan penggunaan, menurut Lee dan Wan (2010) dalam Karim (2017) ada tiga, yaitu:³⁹

- 1) Seseorang dengan mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi.
- 2) Teknologi dengan mudah bisa dipelajari.
- 3) Teknologi dengan mudah bisa dioperasikan.
- 4) Tidak membutuhkan banyak usaha untuk bertransaksi dengan sistem tersebut.

Variabel kemudahan penggunaan *financial technology* diartikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berfikir bahwa dalam menggunakan layanan *fintech* mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan. Dalam penelitian ini kemudahan bagi mahasiswa IAIN Kudus mempercayai bahwa bertransaksi menggunakan *fintech* dapat memberikan waktu yang lebih efektif dan efisien yang akan berlanjut pada masa yang akan datang.

Apabila pengguna berfikir *fintech* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh pengguna khususnya mahasiswa. Apabila mahasiswa beranggapan bahwa *fintech* mudah dipahami, simpel, dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, jika para mahasiswa berfikir *fintech* tidak mudah untuk dipelajari, tidak terlalu rumit, maka layanan *fintech* tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi para penggunanya.

³⁹ Khoiriyah and Indriasari, "Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Jawa Tengah." *Journal of Management and Business* 3, no.2 (2020): 48-57.

5. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Kata efektif berasal dari Bahasa Inggris *effective* artinya berhasil, sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Pengertian efektivitas menurut kamus besar Bahasa Indonesia berasal dari kata “efektif” yang berarti efek, akibat, pengaruh atau dapat membawa hasil. Dalam hal ini efektivitas yang dimaksud adalah hasil yang didapat dari penggunaan suatu inovasi teknologi dibidang keuangan yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.⁴⁰ Pengertian efektivitas itu luas dan mencakup berbagai faktor internal dan eksternal, dalam hal ini pengguna dan penyedia produk layanan *fintech*. Efektivitas adalah hubungan antara hasil dan tujuan. Semakin besar kontribusi output untuk mencapai tujuan, semakin efektif produk jasa *fintech*.⁴¹

Dalam Islam dipahami bagaimana berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan jika dikelola dengan baik, tujuan suatu bisnis atau organisasi dengan mudah tercapai. Pengakuan kerjasama yang dianjurkan oleh Islam dapat dilakukan dengan cara apapun. Untuk mencapai keadilan, Allah menganggap Mizan' sebagai ukuran yang paling objektif dan akurat.

Tidak boleh dilupakan bahwa orang bukanlah korban ketidakadilan dan orang merasa bertanggung jawab secara sosial. Meskipun dia kaya sekarang. Oleh karena itu, perlu diatur penetapan hak dan kewajiban agar tanggung jawab keadilan sosial dapat dilaksanakan dengan baik. Keadilan menempati posisi yang sangat penting karena kesejahteraan yang hakiki tidak dapat direalisasikan jika hasil dari suatu program atau kegiatan tidak disalurkan secara merata kepada yang berhak.⁴²

Kegiatan yang dijalankan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan terealisasinya tujuan tersebut maka semua itu akan sia-sia. Sebagaimana yang terdapat dalam surah Al-Kahfi ayat 103-104 yang berbunyi:

⁴⁰ Andi Setiawan, Rofingatun, and Patma, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Technology (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi.”³⁷

⁴¹ Rohila and Yusuf, “Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (*fintech*),” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020, 1–17

⁴² Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalannya Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 14

قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيهِمْ
 فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا

Artinya:

“Katakanlah:” *Maukah kami ceritakan kepadamu tentang orang-orang yang paling banyak gagal amalnya?”* Yaitu orang-orang yang amalnya di dunia ini sia-sia, sedangkan mereka menyangka bahwa mereka berbuat sebaik-baiknya”.

b. Ukuran Efektivitas

Pencapaian standar atau tujuan pengukuran yang relevan adalah efektif yaitu:⁴³

- 1) Kejelasan tujuan yang akan dicapai yang diharapkan memungkinkan pekerja mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan mencapai tujuan yang berjenjang dalam memenuhi komitmennya.
- 2) Teknologi untuk mencapai tujuan sudah jelas, telah diketahui bahwa strategi merupakan ”pada jalan” yang diikuti dalam melaksanakan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan.
- 3) Persiapan yang baik pada dasarnya berarti memutuskan sekarang apa yang akan dilakukan organisasi mulai sekarang.
- 4) ketersediaan sarana dan prasarana yang menjadi indikator efektifitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara efisien.
- 5) Implementasi yang efisien dan efektif tidak peduli seberapa baik sebuah rencana ketika tidak dilaksanakan secara efektif.

c. Indikator Efektivitas

Kegunaan penggunaan berhubungan dengan aktivitas, semakin banyak manfaat yang diperoleh pengguna dari penggunaan teknologi, semakin efektif penggunaan tersebut. Menurut Irmadhani dan Mahendra, persepsi kegunaan dibagi menjadi beberapa dimensi:

- 1) Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu.

⁴³ Iga Rosalina, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Karangrejo Kabupaten Magetan,” *Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Surabaya* 1, no. 1 (2012): 0–216.

- 2) Penggunaan sistem dapat meningkatkan produktivitas individu.
- 3) Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dapat dijadikan rujukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

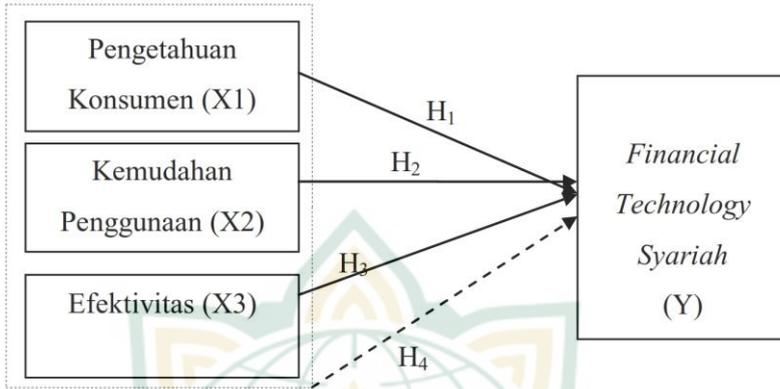
No.	Nama dan Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurdin& Rusli (2020) Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial Technology Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu	Variabel pada pengetahuan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> .	Sama-sama membahas mengenai variabel pengetahuan, kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> .	Penelitian ini menggunakan variabel resiko dan obyek penelitiannya yaitu pada Mahasiswa IAIN Palu
2.	Syafitri (2020) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, fitur layanan terhadap minat menggunakan	Variabel pada persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan fitur layanan bersama-sama memiliki pengaruh yang positif	Sama-sama membahas mengenai variabel persepsi kemudahan penggunaan	Penelitian ini menggunakan variabel yang berbeda yaitu pada variabel kepercayaan dan fitur layanan.

	<i>Financial technology</i> pada aplikasi OVO (studi pada mahasiswa FEB UPGRIS angkatan 2016-2019).	terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> pada aplikasi OVO.		Serta peneliti membahas subjek penelitian secara umum mengenai <i>financial technology</i> tidak secara spesifik menggunakan bagian dari <i>fintech</i> yaitu aplikasi OVO.
3.	Ismi & Eka (2020) Analisis minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> di Jawa Tengah	Berdasarkan hasil analisis bahwa ke empat variabel bebas yaitu pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan resiko memiliki pengaruh yang positif terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> .	Menggunakan variabel yang sama yaitu kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> .	Perbedaanya peneliti tidak membahas tentang pengaruh manfaat, kepercayaan dan resiko. Dan juga Obyek yang diteliti berbeda.
4.	Siti & Inaya (2020) Pengaruh kemudahan	Hasil dari penelitian tersebut bahwa persepsi	Menggunakan variabel yang sama yaitu	Perbedaanya peneliti tidak membahas

	<p>penggunaan, kemanfaatan, risiko, kepercayaan terhadap minat menggunakan <i>E-Wallet</i> pada generasi milenial kota Semarang.</p>	<p>kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Wallet</i>. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negative terhadap minat menggunakan <i>E-Wallet</i>.</p>	<p>persepsi kemudahan penggunaan.</p>	<p>mengenai variabel kemanfaatan, risiko dan kepercayaan. Serta peneliti membahas subjek penelitian secara umum yaitu financial technology. Tidak secara spesifik menggunakan bagian dari <i>fintech</i> yaitu <i>E-Wallet</i>.</p>
5.	<p>Rohila & Yusuf (2020) pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> (fintech)</p>	<p>Hasil dari penelitian tersebut bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> (fintech)</p>	<p>Menggunakan variabel yang sama yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan efektivitas.</p>	<p>Perbedaanya peneliti tidak membahas mengenai variabel risiko</p>

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial technology Syariah* (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019). Dengan variabel Independen (X) adalah pengetahuan konsumen Sebagai (X1), kemudahan penggunaan Sebagai (X2), dan efektivitas sebagai (X3), sedangkan variabel Dependen (Y) adalah *Financial technology Syariah*. Dengan obyek penelitian yaitu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan dalam penelitian yang telah ditulis berupa kalimat. Dinyatakan jawaban sementara dikarenakan kebenarannya bersifat sementara, sehingga perlu dibuktikan kebenaran hipotesis dengan penelitian lapangan.⁴⁴ Dalam penelitian ini hipotesis yang dapat diambil adalah :

1. Pengaruh Pengetahuan konsumen terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial technology Syariah*

Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurdin & Winda (2020) bahwa Untuk

⁴⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi ke-9 (Jakarta: Prenadamedia, 2017), 86

meningkatkan minat mahasiswa maupun masyarakat terhadap *Financial technology* yang sampai saat ini masih rendah maka akan sangat diperlukan informasi ataupun upaya untuk meningkatkan kesadaran dalam hal pengetahuan.⁴⁵ Berdasarkan uraian tersebut bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Pengetahuan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

H₁: Pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial technology Syariah*

Kemudahan penggunaan merupakan komponen dari Technology Acceptance Model (TAM), model ini dirancang untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan teknologi oleh pengguna beserta manfaatnya dalam pekerjaan. Kemudahan penggunaan sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami.⁴⁶

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rohila&Yusuf (2020) bahwa Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Syafitri (2020) bahwa persepsi kemudahan penggunaan juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *financial technology*. Penelitian yang dilakukan oleh Akhnes & Teguh (2021) bahwa kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *financial technology*.

Hal ini disebabkan bahwa semakin banyak persepsi kemudahan penggunaan maka akan semakin baik minat bertransaksi menggunakan fintech yang dihasilkan. Masyarakat yang memiliki persepsi kemudahan yang lebih banyak akan

⁴⁵ Nurdin and Azizah, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu."

⁴⁶ Noviyanti and Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul).", 69

semakin mudah menggunakan produk *fintech* atau dapat bertransaksi dengan fleksibel. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀: Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadapminat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

H₂: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadapminat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

3. Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology Syariah*

Efektivitas merupakan hasil yang didapat dari penggunaan suatu inovasi teknologi dibidang keuangan yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.⁴⁷ Konsep efektivitas merupakan konsep yang luas, mencakup berbagai faktor didalam maupun diluar dalam hal ini adalah pengguna dan penyedia produk layanan fintech. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan komponen dari *Technology Accaptance Model (TAM)* yang berkaitan erat dengan efektivitas, ketika seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami maka orang akan memiliki rasa percayaan bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka.⁴⁸

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi setiawan, siti rofingatun dan kurniawan (2020) bahwa variabel efektivitas berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*. Penelitian yang dilakukan oleh akhnes dan teguh (2021) bahwa efektivitas juga berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan sangat berkaitan dengan efektivitas, semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna teknologi maka efektivitas penggunaannya dapat tercapai. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₀: Efektivitas tidak berpengaruh signifikan terhadapminat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

⁴⁷ Setiawan, Rofingatun, and Patma, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko terhadap Minat dan Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* dengan Minat sebagai Variabel Mediasi."

⁴⁸Noviyanti and Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)."

H₃: Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

4. Pengaruh pengetahuan konsumen, kemudahan penggunaan, dan Efektivitas terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*

Untuk meningkatkan minat mahasiswa maupun masyarakat terhadap *Financial technology* yang sampai saat ini masih rendah maka akan sangat diperlukan informasi ataupun upaya untuk meningkatkan kesadaran dalam hal pengetahuan.⁴⁹ Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami.⁵⁰ Efektivitas juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan sangat berkaitan dengan efektivitas, semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna teknologi maka efektivitas penggunaannya dapat tercapai. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₀: Efektivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

H₄: Pengetahuan konsumen, kemudahan penggunaan, Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology syariah*.

⁴⁹ Nurdin and Azizah, “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.”

⁵⁰ Noviyanti and Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul).”, 69