

ANALISIS PENGARUH *OPTIMISM*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* UNTUK PEMBAYARAN DIGITAL
(Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh
Deri Norita
NPM : 1951020291

Program Studi : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
2023 M/1445 H**

ANALISIS PENGARUH *OPTIMISM, PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* UNTUK PEMBAYARAN DIGITAL
(Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

DERI NORITA
NPM : 1951020291

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, SE.,M.E.

Pembimbing II : Adib Fachri, M.E.,Sy

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
2023 M/1445 H

ABSTRAK

Aplikasi DANA merupakan salah satu digital payment yang paling banyak digunakan, aplikasi DANA juga ada fitur pembayaran menggunakan QRIS yang mempermudah konsumen. Pada Mei 2022 penyedia QRIS di provinsi Lampung meningkat 17% dibandingkan akhir tahun 2021. Dan berdasarkan data yang di dapat bandar lampung ialah kota yang paling banyak menggunakan QRIS. Adapun terdapat inkonsistensi sebagai hasil dari reaksi sikap yang berbeda terhadap penggunaan *digital payment*. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh *optimism*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan QRIS baik secara persial maupun simultan dan berdasarka perspektif islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif kausal. Menggunakan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Populasinya ialah pengguna QRIS pada aplikasi Dana di Bandar Lampung, dengan sampel sebanyak 100 responden Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji t (parsial) menunjukkan bahwa *Optimism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hasil analisis menggunakan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *optimism*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Selanjutnya minat menggunakan QRIS yang dipengaruhi *optimism*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang terkandung dalam suatu teknologi. Adopsi teknologi ini berdasarkan adanya masalah. Dimana dalam setiap individu dalam menggunakan layanan harus didasarkan pada manfaat dan kemudahan yang bisa mendatangkan keberkahan.

Kata kunci : TRAM, kemanfaatan, kemudahan, minat menggunakan QRIS

ABSTRACT

The DANA application is one of the most widely used digital payments, the DANA application also has a payment feature using QRIS which makes it easier for consumers. In May 2022 QRIS providers in Lampung province increased by 17% compared to the end of 2021. And based on the data obtained by Bandar Lampung, it is the city that uses QRIS the most. The purpose of this study was to determine the effect of optimism, perceived usefulness, and perceived ease of use on the intention to use QRIS both partially and simultaneously and based on an Islamic perspective.

This research is a quantitative research with causal associative characteristics. Using a questionnaire method that has been tested for validity and reliability. The population is QRIS users in the Fund application in Bandar Lampung, with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling.

Based on the results of the analysis using the t (partial) test, it shows that Optimism has a positive and significant effect on interest in using QRIS. Perceived Usefulness has no significant effect on interest in using QRIS. Perceived Ease Of Use has a positive and significant effect on interest in using QRIS. The results of the analysis using the F test (simultaneous) show that the variables of optimism, perceived usefulness and perceived ease of use together have a significant influence on the intention to use QRIS. Furthermore, interest in using QRIS is influenced by optimism, perceived usefulness and perceived ease of use contained in a technology. The adoption of this technology is based on masalah. Where in every individual using the service must be based on the benefits and convenience that can bring blessings.

Keywords: *TRAM, perceived usefulness, perceived ease of use, interest in using QRIS*



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmín Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deri Norita
NPM : 1951020291
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipahami.

Bandar Lampung, Agustus 2023

Penulis



Deri Norita

NPM. 1951020291



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratnin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung).

Nama : Deri Norita

NPM : 1951020291

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden-Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E.

NIP. 197905142003121003

Adib Fachri, M.E., Sy.

NIP. 198910302019031013

Mengetahui,

Ketua Prodi Perbankan Syari'ah

Any Eliza, SE., M.Ak., Akt.

NIP. 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “*Analisis Pengaruh Optimism, Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pembayaran Digital (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)*”. Disusun oleh **Deri Norita, NPM: 1951020291**, jurusan **Perbankan Syariah** telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : **Senin, 30 Oktober 2023.**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si (.....)

Sekretaris : Andueriganta Fadhli, M.A (.....)

Penguji I : Vicky F Sanjaya, M.Sc (.....)

Penguji II : Adib Fachri, M.E.Sy (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Iulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.

197009262008011008

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

*“karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.*

(Q.S. Al-Insyirah/94:5-6)

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha menguasai dan maha mengatur segala kehidupan dimuka bumi ini, dengan rahmat dan ridhoNya Allah SWT hamparkan ilmu di muka bumi ini yang begitu luas untuk menjadi petunjuk bagi hamba-hambanya yang selalu bersyukur. Shalawat beriring salam saya haturkan kehadiran suri tauladan sepanjang masa yang penuh dengan *rahmatanlil'alamin* yakni Nabi Muhammad SAW. Penulis mempersembahkan dan dedikasikan skripsi ini sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tuaku yang tercinta Ibunda Darwinah dan Ayahanda Ponen sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih kupersembahkan karya kecil ini kepada kalian yang telah memberikan begitu banyak kasih sayang, dukungan dan cinta kasih yang tak bisa ku hitung dan kubalas hanya dengan selembat kertas bertuliskan kata-kata cinta dalam lembar persembahan. Semoga ini adalah langkah awal untuk membahagiakan Ibunda dan Ayahanda. Terimakasih sudah selalu sehat dan mengantarkanku untuk menempuh pendidikan kejenjang sarjana, terimakasih juga telah memahami bagaimana proses putri kecil kalian ini dan akhirnya telah sampa di titik ini. Doaku untuk Ibunda dan Ayahanda semoga kalian selalu bisa menemani langkah kecil putri kalian untuk menuju kesuksesan, Dan semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT *Aamiin*.
2. Untuk kakak ku Ariesta Fitri Yeni dan Dwi Nugraha terimakasih sudah mendukung adik kecil kalian ini dalam menempuh pendidikan dan terimakasih untuk semua semangat dan bantuan dalam bentuk apapun itu semoga Allah SWT dapat membalas semua dengan cara yang lebih indah, karena saya sadar tak akan mampu membalas semua kebaikan kalian dengan caraku sendiri.

3. Untuk kakek dan nenekku tersayang terimakasih untuk doa-doanya motivasi serta dukungannya selama ini semoga kalian selalu diberi kesehatan agar selalu dapat menemani langkah kecil cucu kalian ini setelah berproses hingga ada ditahap ini untuk menuju di dunia kerja seperti yang telah kalian doa dan dambakan.
4. Sahabat seperjuanganku Suci Kurnia, Asri Nur Fajarini, Siti Susanti, Dinar fithriya Hanjani, Kiki Ulandari serta Arista Naharotul Fadillah terimakasih sudah berdiri disampingku seperti saudara kandung, meski tidak sedarah tetapi kita melangkah searah. Terimakasih atas semua solusi dan motivasi dalam hidupku yang terkadang tidak ada ujungnya, terimakasih atas repot yang kau terima selama ini dan terimakasih sudah bertahan atas luka-lukamu selama ini. Mari sama-sama menggapai impian yang selama ini telah kita impikan.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan maupun agama yang insyaAllah bermanfaat bagi saya.
6. *Last but not least*, teruntuk diriku sendiri Deri Norita terimakasih sudah berjuang sejauh ini, apa yang pernah di takutkan akhirnya terlewat juga. Aku tau betapa lelahnya dalam proses ini dan kau berjuang dengan sangat keras walau terkadang semua rencana tidak sepenuhnya berhasil, aku bangga pada diri ini aku bangga aku mampu bertahan, dan aku bangga tidak ada sedikitpun rasa ingin menyerah. Bahkan pada perjalanan panjang ini sempat melawan arus, sempat berjalan diatas tanah yang gersang, sempat kehausan semangat, tetapi rencana Allah selalu punya cara untuk membuat kita menjadi diri yang kuat dan terus berjuang demi mendapatkan yang terbaik, aku tau ini tidak mudah menjalaninya sendiri *but see now. You did it* Deri!! Mari menjadi lebih kuat setelah ini.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Deri Norita, dilahirkan di Way Kanan pada tanggal 12 April 2000. Penulis merupakan anak bungsu dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Ponen dan Ibu Darwinah. Berikut pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu:

1. Masa pendidikan penulis dimulai dari SD N 2 Way tuba, Kab.Way Kanan selesai pada tahun 2013.
3. SMP N 4 Way Tuba, kab.Way Kanan selesai pada tahun 2016.
4. SMA N 3 Martapura, Kab.Oku Timur, Prov.Sumatera Selatan selesai pada tahun 2019.
5. Kemudian, tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui jalur penerimaan UM-PTKIN sampai dengan sekarang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan keberkahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Optimism*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Penulis menyadari dan menghargai bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, Ungkapan terima kasih itu disampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., MM., CA., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, SE, M.Ak., Akt. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan, motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Bapak Adib Fachri, M.E., Sy. selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan dan motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan.

6. Kepada seluruh Staff Akademik dan Pegawai perpustakaan yang memberikan pelayanan dalam mendapatkan informasi dan sumber referensi, data dan lain-lain.
7. Kepada semua pihak yang membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan masukan dan saran guna memperbaiki dan melengkapi kekurangan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca serta dapat menjadi sumbangsih yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Khususnya bagi dunia Perbankan dan umumnya bagi para pembaca.

Dengan mengucapkan banyak terimakasih, semoga jasa-jasa Bapak dan Ibu dosen serta seluruh pihak yang telah membantu serta mendoakan penulis hingga skripsi ini terselesaikan, mendapatkan balasan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda dari Allah SWT. *Aamin.*

Bandar Lampung, Juli 2023
Penulis,

Deri Norita
NPM. 1951020291

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Identifikasi Dan Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian	16
F. Manfaat Penelitian	17
G. Kajian Penelitian Terdahulu	18
H. Sistematika Penulisan	27
BAB II LANDASAN TEORI DAN	
PENGAJUAN HIPOTESIS	29
A. Perilaku Konsumen.....	29
1. Pengertian Perilaku Konsumen	29
2. Teori-Teori Perilaku Konsumen.....	31
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi	
Perilaku Konsumen	32
B. TRAM (<i>Technology Readiness and Acceptance</i>	
<i>Model</i>)	34
1. TRI (<i>Technology Readiness Index</i>).....	35

2. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	36
C. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	38
D. Minat Menggunakan	39
1. Pengertian Minat Menggunakan	39
2. Indikator Minat Menggunakan.....	41
3. Minat Menggunakan Berdasarkan Perspektif Islam	41
E. <i>Optimism</i>	43
1. Pengertian <i>Optimism</i>	43
2. Indikator <i>Optimism</i>	44
3. <i>Optimism</i> Berdasarkan Perspektif Islam	45
F. <i>Perceived Usefulness</i>	47
1. Pengertian <i>Perceived Usefulness</i>	47
2. Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	48
3. <i>Perceived Usefulness</i> Berdasarkan Perspektif Islam	48
G. <i>Perceived Ease Of Use</i>	50
1. Pengertian <i>Perceived Ease Of Use</i>	50
2. Indikator <i>Perceived Ease Of Use</i>	51
3. <i>Perceived Ease Of Use</i> Berdasarkan Perspektif Islam	52
H. Pembayaran Digital (<i>Digital Payment</i>)	53
1. Pengertian <i>Digital Payment</i>	53
2. Jenis-jenis <i>Digital Payment</i>	55
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Digital Payment</i>	56
4. Kelebihan dan Manfaat Dalam Transaksi <i>Digital Payment</i>	58
5. Kekurangan dalam Transaksi <i>Digital Payment</i>	58
6. <i>Digital Payment</i> dalam Perspektif Islam.....	59
7. Akad dalam Transaksi <i>Digital Payment</i>	63
8. Prinsip Syariah dalam Transaksi Pembayaran <i>Digital Payment</i>	65
I. Kerangka Pemikiran	66
J. Hipotesis	68

BAB III METODE PENELITIAN	76
A. Waktu dan Tempat Penelitian	76
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	76
1. Jenis Penelitian	76
2. Sifat Penelitian	77
C. Sumber Data	77
1. Data Primer	77
2. Data Sekunder	78
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	78
1. Populasi	78
2. Sampel	78
3. Metode Pengumpulan Data	80
E. Deviniisi Operasional Variable	81
F. Instrument Penelitian	85
G. Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	86
1. Uji Validitas.....	86
2. Reliabilitas	87
H. Uji Asumsi Klasik.....	88
1. Uji Normalitas.....	88
2. Uji Multikolonearitas	88
3. Uji Heteroskedastisitas.....	89
I. Uji Hipotesis	89
1. Analisis Regresi Berganda	89
2. Uji T (Uji Persial)	90
3. Uji F (Uji Simultan)	91
4. R^2 (Koefisien Determinasi)	91
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 92
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	92
1. Profil Dana	92
2. Fitur Dana	93
3. Mekanisme Dana	97
B. Karakteristik Responden.....	97
1. Jenis Kelamin Responden	98
2. Usia Responden	99
3. Pekerjaan Responden	100
4. Intensitas penggunaan QRIS	101

5. Metode yang digunakan untuk Top Up Dana.....	102
6. Domisili Responden.....	103
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	104
1. Analisis Data	104
a. Uji Validitas.....	104
b. Uji Reliabilitas	105
2. Uji Asumsi Klasik	106
a. Uji Normalitas	106
b. Uji Multikolinieritas	108
c. Uji Heterokedastisitas	109
3. Uji Hipotesis.....	111
a. Analisis Regresi Linier Berganda	111
b. Uji Hipotesis T (Parsial)	113
c. Uji F (Simultan).....	115
d. Uji Koefisien Determinasi	116
D. Hasil Pembahasan	118
1. Pengaruh Persepsi <i>Optimism</i> Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	118
2. Pengaruh Persepsi <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Minat Menggunakan QRIS	120
3. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	122
4. Pengaruh <i>Optimism, Perceived Usefulness,</i> dan <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	125
5. Pengaruh <i>Optimism, Perceived Usefulness,</i> dan <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	126
BAB V PENUTUP	130
A. Simpulan.....	130
B. Rekomendasi	131

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia.....	6
Gambar 1.2 10 <i>startup digital payment</i> paling banyak diketahui masyarakat Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	68
Gambar 4.1 Logo DANA	93
Gambar 4.2 Beranda Aplikasi Dana	94
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden	98
Gambar 4.4 Intensitas Penggunaan QRIS	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna QRIS di Lampung Periode Oktober 2021	11
Tabel 1.2 Kajian Terdahulu Yang Relevan	18
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	76
Tabel 3.2 Definisi Konseptial dan Indikator Penelitian	82
Table 4.1 Usia Responden.....	99
Table 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
Table 4.3 Metode Yang Digunakan Responden Untuk Top Up Dana	102
Table 4.4 Domisili Responden	103
Table 4.5 Hasil Uji Validitas	104
Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	106
Table 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	107
Table 4.8 Hasil Uji Multikolonearitas	109
Table 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	110
Table 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	111
Table 4.11 Hasil Uji Hipotesis T (Persial).....	114
Table 4.12 Hasil Uji F (Simultan)	116
Table 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik responden
- Lampiran 3 Distribusi jawaban X1 dan X2
- Lampiran 4 Distribusi jawaban X3 dan Y
- Lampiran 5 Uji validitas
- Lampiran 6 Uji reliabilitas
- Lampiran 7 Uji asumsi klasik multikolinearitas
- Lampiran 8 Uji asumsi klasik normalitas
- Lampiran 9 Uji asumsi klasik heteroskedastisitas
- Lampiran 10 Analisis regresi linear berganda
- Lampiran 11 Surat keterangan cek turnitin

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk pemahaman sekaligus mempertegas judul skripsi ini agar tidak terdapat kesalah pahaman dalam menafsirkan judul skripsi tersebut. Adapun judul yang dimaksud disini adalah **“Analisis Pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA di Bandar Lampung)”**.

Berikut uraian pengertian beberapa istilah penting yang terdapat dalam judul skripsi ini:

1. Analisis

Pengertian analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen. Menurut Harahap dalam Pengertian analisis adalah memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi unit terkecil. Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil.¹

2. Pengaruh

Pengaruh adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkannya. Di sisi lain pengaruh adalah berupa daya yang bisa memicu sesuatu, menjadikan sesuatu berubah. Maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat

¹ Yuni Septiani, Edo Aribbe, and Risnal Diansyah, “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru),” *Jurnal Teknologi Dan Open Source* 3, no. 1 (2020): 131–43, <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>.

yang ditimbulkannya.²

3. *Optimism (Optimisme)*

Optimisme adalah “cara berfikir yang positif dan realistis dalam memandang suatu masalah. Berfikir positif adalah berusaha mencapai hal terbaik dari keadaan terburuk.”³

4. *Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan)*

Perceived usefulness is defined here as “the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance”, dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan juga didefinisikan sebagai probabilitas subyektifitas individu bahwa pemakaian sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan dalam konteks organisasi.⁴

5. *Perceived Ease Of Use (Persepsi Kemudahan)*

Menurut Mathieson dalam Ersaningtyas, A.P. & Susanti, E.D. Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana mereka menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.⁵

6. *Minat Menggunakan*

Behavior intention adalah seberapa besar kekuatan minat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Pada dasarnya manusia secara rasional akan mempertimbangkan implikasi

² Nurul Istiani and Athoillah Islamy, “Fikih Media Sosial Di Indonesia,” *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’ah Dan Perbankan Islam* 5, no. 2 (2020): 202–25, <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

³ Upik Yunia Rizki, “Hubunga Kesiapan Belajar Dengan Optimisme Mengerjakan,” *Educational Psychology Journal* 2, no. 1 (2013): 49–56, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/epj>.

⁴ Kertahadi dan Heru Susilo Habib Hanafi, “Website Ub Terhadap Sikap Pengguna,” no. Pengaruh persepsi kemanfaatan & persepsi kemudahan website UB Terhadap sikap pengguna (2012): 8, <https://media.neliti.com/media/publications/77568-ID-pengaruh-persepsi-kemanfaatan-dan-persep.pdf>.

⁵ Awalina Putri Ersaningtyas and Ety Dwi Susanti, “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resikodan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan rekening Bersama Shopee,” *Jurnal Bisnis Indonesia* 10, no. 2 (2019): 185–98.

dari perilaku mereka sebelum memutuskan untuk melakukan secara nyata atau aktual perilaku tersebut.⁶

7. Pembayaran Digital

Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inialisasi melalui alat pembayaran elektronik.⁷

8. Aplikasi DANA

Ialah aplikasi yang dapat digunakan untuk menyimpan uang atau sebagai sarana pembayaran nontunai yang dapat digunakan melalui perangkat *smartphone* sehingga lebih mempermudah dalam penggunaan.⁸

Jadi yang penulis maksud pada judul penelitian diatas adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel-variabel tersebut yang terdiri dari *Optimis*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease Of Use* terhadap minat menggunakan QRIS pada pengguna aplikasi DANA di Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangatlah pesat sehingga menawarkan berbagai kemudahan bagi masyarakat. Dengan begitu pola hidup masyarakat bahkan sistem pembayaran dan transaksi ekonomipun terus mengalami perubahan. Perkembangan teknologi ini juga menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran secara non tunai. Uang merupakan suatu benda yang dapat di gunakan masyarakat sebagai alat

⁶ Rian Fitriana, S Thya Safitri, and Citra Wiguna, "Faktor Penentu Penerimaan Teknologi Sistem Pembayaran Bulanan Melalui E-Marketplace Menggunakan Metode Combined-Theory of Planned Behaviour-Technology Acceptance Model (C-TPB-TAM)," *Jurnal Ilmiah NERO* 7, no. 1 (2022): 53–68.

⁷ Jefry Tarantang et al., "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia," *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75, <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>.

⁸ Philip Reiting et al., "Mobile Payment" 3, no. 1 (2020): 84–93, <https://doi.org/10.1145/3428690.3429182>.

tukarmenukar atau biasa disebut juga alat pembayaran yang sah dalam pembelian barang maupun jasa. Dari tahun ketahun alat pembayaran mengalami beberapa transformasi yang berawal dari sistem barter hingga ditemukannya uang sebagai alat pembayaran. Beberapa transformasi yang terjadi dari transformasi teknologi dan memunculkan inovasi baru, salah satu dari inovasi baru tersebut adalah dengan munculnya alat pembayaran uang elektronik untuk memudahkan penggunaan uang secara mudah dan efisien.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia yang sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran ini pun menggeser peran uang tunai menjadi non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.⁹ Sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, inovasi manusia selalu berkembang. Banyak perkembangan teknologi maupun sistem yang telah dikembangkan oleh manusia, salah satunya adalah alat pembayaran. Pada awalnya alat pembayaran dikenal dengan sistem *trade* atau yang dikenal sistem barter yang menggunakan alat tukar barang-barang berharga, seperti koin emas atau perak sebagai medianya.

Dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 34 telah disebutkan bahwa fungsinya sebagai mata uang atau sebagai harta dan lambang kekayaan yang disimpan.

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ
 أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ
 الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ۝﴾



⁹ Didin Elok Parastiti dkk, “Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi)”, JESP-Vol. 7, No 1 (Maret 2015). h.7

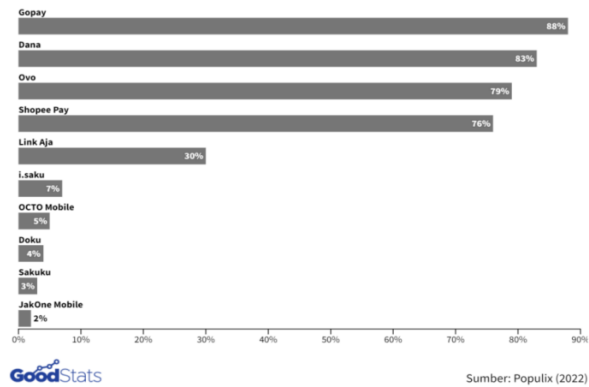
“Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya banyak dari orang-orang alim dan rahib-rahib mereka benar-benar memakan harta orang dengan jalan yang batil, dan (mereka) menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih”.(QS. At-Taubah ayat 34).

DiIndonesia sendiri sejak adanya perkembangan teknologi tersebut sistem pembayaran elektronik dari tahun ketahun mengalami kemajuan, dengan penduduknya yang besar dan tingkat literasi keuangan yang insklusif masyarakat mendorong tumbuhnya sistem pembayaran elektronik di Negara ini. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) pada 2022 transaksi ekonomi dan keuangan digital berkembang pesat ditopang oleh naiknya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, luasnya dan mudahnya system pembayaran digital. Untuk 2023 BI memproyeksikan transaksi uang elektronik tumbuh. Pada 2022 nilai transaksi uang elektronik tumbuh 30,84% disbandingkan pada 2021, yang mencapai Rp399,6 triliun. Sedangkan uang elektronik diproyeksikan meningkat 23,9% disbanding tahun 2022 sehingga mencapai Rp495,2 triliun pada 2023.¹⁰

Hal ini menunjukkan bahwa minat dari masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik sangatlah besar. Sehingga pengguna system pembayaran elektronikpun sangat tinggi dan mengalami peningkatan secara signifikan. Meskipun sistem pembayaran elektronik ini belum menjadi alat pembayaran yang utama namun pembayaran elektronik memiliki potensi besar untuk menjadi pengganti dari uang tunai.

¹⁰ Fakhri Hermansyah, “pertumbuhan nilai transaksi digital di tahun 2023”, Indonesia.go.id, 2023, <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6855/transaksi-uang-elektronik-melejit?lang=1> (di akses pada 30 mei 2023 pukul 20:53 WIB)

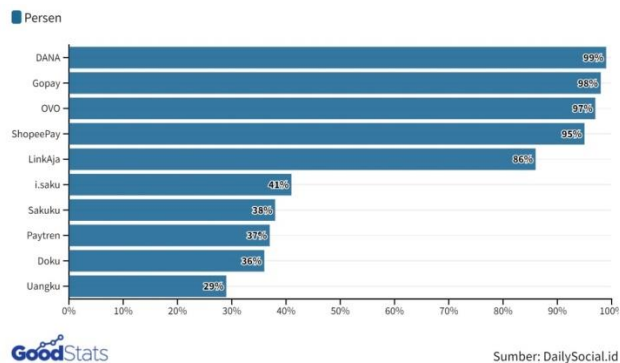
Gambar 1.1 E-Wallet Yang Paling Sering Dipakai di Indonesia



sumber: populix 2022

Sebagian besar masyarakat kini tidak asing lagi dengan istilah *financial technology* (*fintech*) dan bahkan telah menjadi pengguna setia dari layanan fintech, salah satunya e wallet atau dompet digital. Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap hadirnya startup digital payment mencapai 69 % pada kuartal I (Q1) tahun 2022.

Gambar 1.2 10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia



Sumber: *DailySocial.id*

Berdasarkan data dari *DailySocial.id*, DANA berhasil memperoleh peringkat pertama *startup digital payment* yang paling banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 99 persen. Artinya, nyaris seluruh responden menyadari keberadaan DANA sebagai salah satu *startup* bidang *digital payment* di Indonesia. DANA resmi diluncurkan pada 5 November 2018 dan merupakan salah satu *startup digital payment* asal tanah air. DANA dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe dan memperoleh sokongan finansial dari PT Elang Sejahtera Mandiri, anak usaha PT Elang Mahkota Teknologi (Emtek) sebagai investor utama dengan porsi kepemilikan sebesar 99 %.

Karena hingga saat ini perkembangan teknologi yang semakin meningkat maka pemerintah pun mendukung revolusi sistem pembayaran elektronik. QRIS (Quick Response [QR] Code Indonesian Standard) dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Maka Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS. Saat ini seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank maupun nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (pedagang) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di *merchant* berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat. QRIS pertama kali diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 dan seluruh pihak yang terlibat dalam penggunaan QR Code pembayaran tersebut harus menyesuaikan QR Code yang digunakan sesuai dengan standarisasi QRIS paling lambat 31 Desember 2019.¹¹

Peresmian penggunaan QRIS sebagai QR Code sebagai

¹¹ Bank Indonesia, “kalan dan layanan”, <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#heading5>

media pembayaran penggunaan uang elektronik ini merupakan salah satu bentuk nyata sebuah dukungan pemerintah terhadap revolusi sistem pembayaran Indonesia di era digital. Ketentuan Bank Indonesia tentang QRIS ada pada Bank Indonesia NO.21/18/PADG/2009 yang merupakan bentuk dan fungsi dari code QR tersebut, hal ini menjadi salah satu ketentuan penyempurna dari ketentuan Bank Indoensia tentang sistem pembayaran elektronik yang telah diterbitkan sebelumnya. Dalam hal ini Bank Indonesia menjadi regulator dibidang sistem pembayaran guna mendorong upaya penggunaan uang lektronik untuk mengurangi biaya percetakan uang tunai di masyarakat yang merupakan biaya terbesar kedua di Indonesia setelah biaya operasional kebijakan moneter.¹²

Disisi lain, dalam menerbitkan ketentuan ini regulator juga ingin menerapkan keamanan dalam melakukan transaksi pembayaran kepada konsumen dalam rangka menjaga masyarakat terhadap kejahatan-kejahatan didunia digital yang sering terjadi dalam melakukan pembayaran secara digital. Maka dengan adanya QRIS, regulator berharap akan menjadi aspek yang lebih mudah lagi dalam menjaga kemaan konsumen, karena penyelenggara sistem pembayaran hanya menyediakan satu code QR di semua aplikasi pembayaran digital. Maka dengan adanya QRIS, regulator berharap akan menjadi aspek yang lebih mudah lagi dalam menjaga kemaann konsumen, karena penyelenggara sistem pembayaran hanya menyediakan satu code QR di semua aplikasi pembayaran digital. QRIS memang memiliki banyak kelebihan dalam penggunaannya, namun tetap ada kekurangan dalam sistem tersebut diantaranya nominal transaksi yang terbatas, ancaman serangan digital dan adanya biaya transaksi yang dibebankan kepada pedagang.¹³

¹² Oktoviana Banda Saputri, "Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital", *kinerja* Vol 17 No 2, (2020) Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Universitas Indonesia, Jakarta, h.238

¹³ Ibid.

Bank Indonesia (BI) mencatat, jumlah pengguna *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) di Indonesia sebanyak 28,75 juta hingga Desember 2022. Jumlah tersebut sudah bertambah 15,95 juta pengguna dibandingkan pada akhir tahun lalu. Dari jumlah tersebut, mayoritas pengguna QRIS berada di Jawa, yakni 20,59 juta. Posisi kedua ditempati Sumatera dengan 4,75 juta pengguna QRIS hingga Desember 2022. Sebanyak 1.25 juta pengguna QRIS berada di Kalimantan. Ada pula 1,18 juta pengguna QRIS yang berlokasi di Sulawesi, Maluku, dan Papua. Sementara, pengguna QRIS paling sedikit berada di Bali dan Nusa Tenggara. Jumlahnya tercatat sebanyak 979.788 pengguna hingga akhir tahun lalu. Selain itu, total pedagang (*merchant*) yang telah memakai QRIS tercatat sebanyak 22,7 juta *merchant*. Menurut BI, QRIS sudah menjadi *entry point* ke dalam ekosistem digital bagi UMKM untuk mendukung inklusi ekonomi dan keuangan. BI memperkirakan jumlah pengguna QRIS semakin meningkat ke depannya. Ini tak lepas dari pulihnya aktivitas perekonomian setelah terdampak pandemi Covid-19. Peningkatan mobilitas serta meningkatnya daya beli masyarakat membuat transaksi pembayaran naik, termasuk QRIS. Naiknya penggunaan QRIS karena prosesnya mudah dan didukung oleh ponsel. Lebih lanjut, BI telah bekerja sama dengan bank sentral Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Jepang terkait interkoneksi QRIS. Dengan kerja sama tersebut, warga Indonesia bisa bertransaksi menggunakan QRIS saat pergi ke lima negara tersebut.¹⁴

Berdasarkan data dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lampung, jumlah *merchant* (*outlet*) QRIS di Lampung sampai dengan 3 Desember 2021 telah mencapai 211.788 atau tumbuh 245% dibanding posisi Desember 2020 yang tercatat sebesar 86.311 *merchant*. Selanjutnya untuk volume transaksi

¹⁴ Ridhwan Mustajab, "jumlah pengguna QRIS di Indonesia hingga akhir 2022", [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-2875-juta-pengguna-qr-is-di-indonesia-hingga-akhir-2022), 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-2875-juta-pengguna-qr-is-di-indonesia-hingga-akhir-2022> (di akses pada 09 April 2023 pukul 12:00 WIB)

yang menggunakan QRIS pada bulan Oktober 2021 di Lampung tercatat sebesar 628.790 dengan nilai transaksi sebesar Rp20,69 miliar.¹⁵ pada Mei 2022 penyedia QRIS di provinsi Lampung telah mencapai sedikitnya 257.000 merchant, meningkat 17 persen dibandingkan akhir tahun 2021. "Ini menjadi bukti pembayaran yang dilakukan oleh bank Indonesia melalui QRIS, dan BI-Fast payment mampu mempercepat akselerasi pengembangan UMKM di daerah dan secara nasional.¹⁶

Berikut jumlah pengguna QRIS di Lampung secara terperinci periode Oktober 2021

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna QRIS di Lampung Periode Oktober 2021

No	Kabupaten/Kota	Jumlah
1	Bandar Lampung	87.337
2	Lampung Tengah	21.608
3	Lampung Selatan	17.489
4	Metro	9.396
5	Lampung Timur	8.999
6	Lampung Utara	7.847
7	Tulang Bawang	6.556
8	Pringsewu	6.191
9	Tanggamus	4.632
10	Way Kanan	4.102
11	Pesawaran	3.832
12	Lampung Barat	3.382
13	Mesuji	2.803
14	Tulang Bawang Barat	2.121
15	Pesisir Barat	882

Sumber: Antaranews.com 2021

¹⁵ Sri, "perkembangan teknologi di Provinsi Lampung terus mengalami perkembangan", Kupastuntas.co, 2021, <https://www.kupastuntas.co/2021/12/12/211788-merchant-di-lampung-gunakan-qris-tumbuh-245-persen> (di akses pada 08 April 2023 pukul 08:12 WIB)

¹⁶ Tira santia, "Pengguna QRIS Tembus 18,7 Juta Merchant Hingga Mei 2022", merdeka.com, 2022, <https://www.merdeka.com/uang/pengguna-qr-is-tembus-187-juta-merchant-hingga-mei-2022.html> (diakses pada 01 juni 2023 pukul 21:41 WIB)

Adapun semua metode untuk mengukur bagaimana sikap penerimaan atau penolakan terhadap teknologi digital payment pada pengguna DANA masyarakat Bandar Lampung adalah dengan menggunakan *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM). TRAM menunjukkan bagaimana individu menerima (Niat Perilaku) penggunaan teknologi secara nyata melalui tindakan tertentu.¹⁷ Ketika seorang individu memiliki niat perilaku (*behavior intention*) melalui stimulus yang lebih kuat untuk menggunakan sistem informasi tertentu, hal tersebut cenderung untuk menggunakan sistem informasi lebih sering. Intensi minat inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku seseorang. Dalam TRAM terdapat 3 variabel yang mempengaruhi minat menggunakan yaitu *optimism*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Optimism merupakan sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan. Khada dan Koshuan (2018) menyatakan bahwa optimisme adalah sikap positif terhadap teknologi dengan keyakinan bahwa teknologi dapat memberikan control, fleksibilitas, dan efisiensi yang lebih besar dalam kehidupan pengguna. Apabila terdapat teknologi yang dapat memberikan kemudahan dan keuntungan maka hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan minat menggunakan suatu produk dalam kehidupan manusia. Tentu saja pengguna optimis menggunakan teknologi untuk membangkitkan pandangan positif yang berorientasi pada teknologi dan mau memanfaatkannya.¹⁸

Perceived Usefulness dapat mendorong munculnya niat individu untuk menggunakan sesuatu. Individu akan cenderung mengadopsi suatu metode pembayaran baru apabila

¹⁷ Lily Purwianti and Karen Tio, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention', *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17.1 (2017), 15 <<https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>>.

¹⁸ Mirna Tria Pratiwi, Farida Indriani, and J. Sugiarto, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang," *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76, <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

ada nilai tambah yang dapat mereka terima. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu faktor penentu yang penting yang men- dorong munculnya niat individu untuk menggunakan sesuatu. Hubungan antara *perceived usefulness* dengan minat menggunakan pada QRIS dapat terjadi karena E-Wallet DANA memberikan berbagai macam manfaat baik dari segi finansial maupun non finansial kepada penggunanya. Niat individu untuk mengguna- kan E-Wallet DANA dapat muncul karena mereka merasakan manfaat dari penggunaan E-Wallet DANA Banyaknya fitur pembayaran yang disediakan E-Wallet DANA untuk membayar berbagai macam kebutuhan sehari-hari masyarakat juga dapat men- dorong masyarakat memiliki niat untuk bertransaksi menggunakan E-Wallet DANA karena dapat meng- hemat waktu mereka. E-Wallet DANA juga menyedia- kan fitur transfer antar sesama DANA maupun ke rekening bank dengan biaya yang rendah sehingga masyarakat memiliki niat untuk menggunakan E-Wallet DANA karena produktivitas mereka meningkat. Keuntungan tersebut tentunya mendorong munculnya niat untuk menggunakan E-Wallet DANA.¹⁹

Hubungan antara *perceived ease of use* dengan minat menggunakan telah terbukti memiliki validitas yang tinggi karena sudah banyak diaplikasikan pada berbagai industri teknologi seperti yang diterapkan pada proses pembelajaran online, telekonferensi, dan berbagai industri teknologi lainnya. karena bila sesuatu dirasa individu lebih mudah untuk digunakan maka mereka akan terdorong untuk memiliki niat untuk menggunakannya karena mereka tidak perlu bersusah payah melakukan sesuatu dengan usaha yang besar. Masyarakat menyukai segala sesuatu yang instan serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam melakukannya. Seiring perkembangan zaman, budaya *cashless* telah menjadi

¹⁹ michaela Louisa Muliadi Et Al., “Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo” 15, no. 1 (2021): 20–27, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.

karakteristik dan kebiasaan sebagian orang. Berdasarkan pengamatan lapangan yang telah dilakukan pada peneliti sebelumnya sekitarnya, sebanyak 7 dari 10 orang memiliki kebiasaan cashless dimana mereka akan memanfaatkan dan menggunakan platform pembayaran online baik itu melalui transfer *m-banking* maupun menggunakan dompet digital. E-Wallet DANA hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang terbiasa bertransaksi secara cashless. Masyarakat dapat dengan mudah menggunakan aplikasi DANA yang ada di smartphone mereka untuk bertransaksi baik untuk berbelanja *online* maupun *offline* dimanapun dan kapanpun mereka inginkan.²⁰

Masyarakat Bandar Lampung merupakan salah satu masyarakat yang aktif dalam menggunakan teknologi digital di kehidupan sehari-harinya, hampir disetiap pola hidupnya tidak jauh dari teknologi mulai dari belajar, berjualan, membeli barang dan hal-hal lain yang sering dilakukan dikehidupannya. Hal tersebut menjadikan masyarakat merupakan pengguna terbesar dalam menggunakan transaksi online, Alasan yang mendasari masyarakat bertransaksi dengan sistem *cashless* adalah mendapatkan kemudahan dalam penggunaannya, membantu alokasi dana serta banyak promo yang di tawarkan sehingga dapat menghemat, serta merasakan keamanan dan kemudahan untuk jangkauan internasional. Namun masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui dan belum menggunakan QRIS hal ini sebabkan kurangnya pengetahuan dalam tatacara menggunakan QRIS tersebut. Dengan adanya kemudahan transaksi non tunai dapat memberikan keleluasaan konsumen dalam mengatur kebutuhannya. Namun tetap saja akan ada kemungkinan perilaku konsumtif akibat kemudahan bertransaksi tersebut. Perilaku konsumtif mahasiswa sudah menjadi gaya hidup yang wajar dikalangan masyarakat, ditambah lagi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju mempermudah segala aktifitas yang dilakukan dan

²⁰ Ibid.

mempermudah akses seseorang dalam membeli suatu barang. Maka penelitian ini di khususkan untuk pengguna aplikasi DANA yang ada di Bandar Lampung. Karena, di antara banyaknya daerah lain pengguna aplikasi DANA di Bandar lampung lebih banyak dan sering menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya selain itu juga sudah banyak pedagang kecil maupun besar yang melayani transaksi pembayaran menggunakan QRIS untuk lebih mempermudah transaksi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masih terdapat inkonsistensi sebagai hasil dari reaksi sikap yang berbeda terhadap penggunaan *digital payment*. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang serupa dengan objek, ruang dan waktu yang berbeda untuk mendapatkan hasil sebagai pembandingan dan pengembangan penelitian terlebih dahulu. Serta mengangkat topic salah satu *merk digital payment* terkenal di Indonesia yaitu aplikasi dana yang nantinya dapat diketahui faktor-faktor penerimaan teknologi yang menyebabkan adanya minat penggunaan oleh konsumen. Penelitian ini berjudul **“Analisis Pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA Di Bandar Lampung.”**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Dalam perkembangan teknologi sistem pembayaran non tunai menggeser peran uang tunai karena dinilai lebih efisien dan ekonomis
- b. Adanya peningkatan pada jumlah pengguna QRIS.

2. Batasan Masalah

Guna menjaga penelitian terarah dan menghindari meluas ke bahasan lain, maka peneliti akan membatasi penelitian dengan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel X yaitu *optimism*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*. Sedangkan variabel Y nya yaitu Minat Menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*
- b. Meneliti pada masyarakat yang menggunakan DANA
- c. Masyarakat yang akan diteliti yaitu berdomisili di Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, maka diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *optimism* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung?
2. Apakah ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung?
3. Apakah ada pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung?
4. Apakah ada pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung?
5. Bagaimana pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA Di Bandar Lampung dalam perspektif Islam?

E. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *optimism* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung.
2. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung.
3. Mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung.
4. Mengetahui pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung.
5. Mengetahui pengaruh *Optimism, Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital pada pengguna aplikasi DANA Di Bandar Lampung dalam perspektif Islam.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk mengembangkan pengetahuan mengenai penggunaan *technology readiness and acceptance model* (TRAM) dalam mengukur sikap pengguna aplikasi Dana terhadap adanya penggunaan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) yang berguna untuk menambah ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat
Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai pemberi informasi mengenai penggunaan system pembayaran elektronik QRIS.
- b. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan
Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi tambahan untuk memperluas keilmuan, serta dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi peneliti
Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai penambah wawasan dan informasi bagi pembaca mengenai kepercayaan, manfaat, kemudahan dan risiko dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik QRIS di kehidupan sehari-hari.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Terdapat banyak sumber literature yang memiliki beberapa jurnal dengan topik yang sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dalam pembahasan yang menjadi bahan acuan membuat penelitian yang berasal dari penelitian terdahulu. Berikut penjelasannya:

Tabel 1.2
Kajian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita Dan Bida Sari (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap	Menjelaskan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun

		Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS. ²¹
2	Feliana Monica dan Edwin Japarianto (2022)	Analisa Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan Melalui <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i> Pada <i>Digital Payment</i>	Menjelaskan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i> berpengaruh secara signifikan terhadap variabel <i>Behavior Intention</i> , pada penggunaan aplikasi <i>digital pay-ment</i> aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel. ²²
3	Keni Keni, Hendry Tjoe, Nicholas Wilson dan Edi Surya Negara (2020)	<i>The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile</i>	Menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan mempengaruhi niat untuk menggunakan

²¹ Hutami A Ningsih, Endang M Sasmita, and Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4, no. 1 (2021): 1–9.

²² Feliana Monica and Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh *Perceived Ease of Use* Dan Melalui *Perceived Enjoyment* Terhadap *Behavior Intention* Pada *Digital Payment*," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 1 (2022): 9–15, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>.

		<i>Payment Services in Indonesia</i>	secara signifikan cara di sektor e-payment Indonesia. ²³
4	Mirna Tria Pratiwi, Farida Indriani, dan J. Sugiarto (2017)	Analisis Pengaruh <i>Technology Readiness</i> Terhadap Minat Menggunakan <i>Tcash</i> Di Kota Semarang	Menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan signifikan positif yang terbentuk antara <i>technology readiness</i> dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan. Kondisi ini membuat membuat hubungan antara <i>technology readiness</i> terhadap minat menggunakan melalui variabel persepsi kemudahan memiliki nilai yang signifikan positif juga. ²⁴
5	Septi Nur Faizani dan Aries Dwi Indriyanti (2021)	Analisis Pengaruh <i>Technology Readiness</i> terhadap	Menjelaskan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh positif dan signifikan

²³ Keni Keni et al., "The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile Payment Services in Indonesia" 478, no. Ticash (2020): 78–84, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.010>.

²⁴ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, "Analisis Pengaruh *Technology Readiness* Terhadap Minat Menggunakan *Tcash* Di Kota Semarang." *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

		<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dari <i>Quick Response Indonesian Standard</i> (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya)	terhadap <i>Behavioral Intention</i> . ²⁵
6	Imam Shoffan Hasyim, Hanif dan Erike Anggraeni (2023)	<i>Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, and Sharia Financial Literature on the Adoption of Sharia Fintech by MSMEs</i>	Menjelaskan bahwa penelitian memiliki pengaruh positif terhadap signifikansi <i>Perceived Usefulness</i> pada adopsi <i>FinTech</i> Islam oleh UKM. Tidak ada pengaruh positif yang signifikan dari Persepsi Kemudahan

²⁵ Septi Nur Faizani and Aries Dwi Indriyanti, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)* 2, no. 2 (2021): 85–93, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>.

			Penggunaan pada adopsi <i>FinTech</i> Syariah oleh UMKM. Ada sebuah pengaruh positif signifikan Trust terhadap adopsi Islamic <i>FinTech</i> oleh UMKM. Terdapat pengaruh positif signifikan Islamic Financial Literacy terhadap adopsi <i>FinTech</i> Islam oleh UMKM. Ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara Persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan penggunaan, Kepercayaan, dan literasi keuangan Islam pada adopsi Islamic <i>FinTech</i> . ²⁶
7	Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur (2021)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Keputusan Muzakki	Menjelaskan bahwa <i>Technology Acceptance Model</i> (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan)

²⁶ Imam Shoffan Hasyim, Hanif Hanif, and Erike Anggraeni, "Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, And Sharia Financial Literature on The Adoption of Sharia Fintech By MSMEs," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 3 (2022): 1218–34, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1572>.

		Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay (Studi Pada Muzakki Baznas DKI Jakarta)	berpengaruh secara simultan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui <i>Fintech Gopay</i> . ²⁷
8	Michaela Louisa Muliadi dan Edwin Japarianto (2021)	Analisa Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i> Sebagai Media <i>Intervening Pada Digital Payment OVO</i>	Menjelaskan bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> melalui <i>perceived usefulness</i> sebagai media <i>intervening</i> pada digital payment OVO Apabila individu merasakan kemudahan dalam penggunaan sesuatu maka individu akan memiliki niat untuk menggunakan. ²⁸
9	Khoirunnisa dan Renny Dwijayanti (2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat	Menjelaskan bahwa (1) Kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan

²⁷ Ghofur Ichwan, "Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay (Studi Pada Muzakki BAZNAS DKI Jakarta)," *Jurnal Ekonomi Islam* 12 (2007): 40–51, <http://u.lipi.go.id/1180428290>.

²⁸ Muliadi et al., "Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo." 15, no. 1 (2021): 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.

		<p>Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja</p>	<p>Aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja. (2) Fitur produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan Aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja. (3) Promosi cashback berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan Aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja. (4) Kemudahan penggunaan, fitur produk dan promosi cashback berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan Aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja.²⁹</p>
--	--	--	--

²⁹ Khoirunnisa and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020): 979–84.

10	Junita Fadhillah Sigar (2016)	<i>The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money In Manado</i>	Menjelaskan bahwa 1. Semua variabel independen secara simultan memiliki hubungan yang kuat dengan niat untuk digunakan sebagai <i>dependen variable</i> . 2. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan uang elektronik di PT Manado. 3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan uang elektronik di Manado. 4. Kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan uang elektronik Manado. ³⁰
----	-------------------------------	--	--

Pada penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian

³⁰ Junita Fadhillah Sigar, "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money in Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 2 (2016): 498–507.

terdahulu. Berikut adalah perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Partisipan pada penelitian terdahulu adalah mahasiswa dan masyarakat di Surabaya sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan partisipan masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi DANA
2. Lokasi pada beberapa penelitian terdahulu yaitu ada di Surabaya, Jakarta dan Manado sedangkan pada penelitian sekarang lokasi yang diambil yaitu di Bandar Lampung
3. Kemudian perbedaan yang terakhir yaitu pada penelitian terdahulu tidak mengaitkan dengan perspektif islam dan pada penelitian sekarang peneliti menambahkan bagaimana pengaruhnya atau pandangan menurut perspektif islam.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan pada penelitian merujuk pada pedoman penulisan skripsi kuantitatif program sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2022. Dalam penelitian ini, sistematika pembahasan terdiri dari lima bab. Setiap bab diuraikan beberapa sub bab yang menjelaskan secara rinci dari pokok pembahasan. Berikut adalah sistematika penulisannya:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang berisi teori yang berhubungan dengan topik penelitian yang sedang diteliti dan diambil dari beberapa jurnal ilmiah sebagai landasan dalam melakukan penelitian serta kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENULISAN

Bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasyarat analisis dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data yang terdiri dari laporan hasil penelitian yang berisikan tentang paparan dan analisis data yang berlandaskan dari hasil pengolahan data kuesioner.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu dalam bab ini terdapat saran yang akan diberikan oleh penulis dan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah aktivitas pembelian yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian barang dan jasa. Perilaku konsumen adalah tindakan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa yang dapat dipengaruhi lingkungan.³¹ Perilaku konsumen sebagai proses pencarian informasi mengenai suatu produk atau jasa pada saat pembelian, menggunakan, dan mengkonsumsi serta mengevaluasi produk yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan membelanjakan untuk produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan mendahului dan mengikuti suatu tindakan konsumsi. Dalam studi perilaku konsumen, generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk dan individu atau grup tertentu.

Dari penjelasan diatas, maka perilaku konsumen adalah sejumlah tindakan nyata individu yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang mengarahkan untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkan. Kebutuhan antara seseorang dengan lainnya dapat berbeda karena usia,

³¹Mangkunegara, Prabu Anwar. Perilaku Konsumen. (Bandung.PT.Refika.Aditama Edisi Revisi. Cetakan Kedua, 2002)

kedudukan dan aspek eksternal lainnya Perilaku konsumen juga bersifat dinamis karena mudah berubah menurut waktu, minat, dan trend yang sedang terjadi.

Perilaku konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dalam pandangan Islam. Peranan keimanan menjadi penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam kepuasan material maupun spiritual.³²

Kebutuhan adalah fitrah setiap manusia yang bersifat obyektif dan mendatangkan manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Pemenuhan kebutuhan ini akan memberikan manfaat baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun materil yang menimbulkan kepuasan. Dalam perilaku konsumsi, Islam menekankan kewajaran yakni sesuai dengan kebutuhan.³³ Islam melarang umatnya hidup dalam kemewahan yang di jelaskan oleh Allah Swt dalam:

إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ ﴿٤٥﴾ وَكَانُوا يُصِرُّونَ عَلَى الْحِنثِ
الْعَظِيمِ ﴿٤٦﴾

“*Sesungguhnya mereka sebelum itu (dahulu) hidup bermewah-mewah, Sesungguhnya mereka sebelum itu (dahulu) hidup bermewah-mewah*”.(Q.S. Al-Waaqi’ah/56:45-46).

Teori perilaku konsumen yang berdasarkan syariat Islam memuat nilai dasar konsumsi, motif dan tujuan. Islam melarang untuk bertindak israf (boros), dan pelarangan terhadap bermewah-mewahan. Dalam

³² Totok Subianto, “Beserta, Studi Tentang Perilaku Konsumen Pembelian, Implikasinya Terhadap Keputusan,” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3, No. 3 (2007): 165–82.

³³ Suharyono, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Al-Intaj* 4, no. 2 (2018): 308–27.

menghapus perilaku israf, Islam memerintahkan untuk memprioritaskan kebutuhan dan menjauhkan konsumsi yang berlebihan. Prinsip konsumsi menurut Ali Sakti, bahwa ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi islam yang diisyaratkan dalam al-Qur'an.³⁴

- a. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan.
- b. Implementasi zakat, infaq dan sadaqah
- c. Pelarangan riba dan menggunakan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrument bunganya.
- d. Menjalankan usaha-usaha yang halal, dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada etika konsumsi dan keberkahan yang di peroleh ketika mengkonsumsi barang dan jasa yang dihallowkan oleh syariat Islam. Mengonsumsi yang halal merupakan kepatuhan kepada Allah Swt, karena dapat memperoleh pahala. Pembatasan konsumsi bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam kepentingan sosial dan menggunakan pendapatan yang dimiliki untuk kebaikan dan maslahat.

2. Teori-Teori Perilaku Konsumen

Untuk mengenal keseluruhan perilaku konsumen terlebih dahulu akan dikemukakan beberapa teori tentang perilaku. Menurut Ismail Nawawi, terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang perilaku konsumen yaitu:³⁵

- a. Teori Insting

Menurut Mc. Dougall perilaku disebabkan oleh insting. Insting merupakan perilaku bawaan yang mengalami perubahan karena pengalaman.

³⁴ Sri Wigati, Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam, Jurnal Hukum dan Bisnis Islam, 01.01 (Juni 2011), h. 32

³⁵ Ismail Nawawi, Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Praktek, (Surabaya: ITS Press, 2007), 5-7.

b. Teori Dorongan (*Drive Theory*).

Teori ini yang sering disebut dengan *reduction theory* yang bertolak dari pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan tertentu. Dorongan itu berkaitan dengan kebutuhan untuk berperilaku.

c. Teori Insentif (*Intensive Theory*)

Bahwa perilaku organisme disebabkan karena adanya insentif. Intensif disebut sebagai *reinforcement* yang terdiri dari *reinforcement* positif yang berkaitan dengan hadiah dan *reinforcement* negatif yang berkaitan dengan hukuman.

d. Teori Atribusi.

Teori ini menganalisis apakah perilaku konsumen ini disebabkan disposisi internal (motif, sikap, dll) atau eksternal yang akan membentuk suatu kesan. Sebuah kesan yang mempengaruhi perilaku.

e. Teori Kognitif.

Teori ini berdasarkan alternatif pemilihan perilaku yang akan membawa manfaat melalui faktor berpikir yang berperan dalam menentukan pilihan.

f. Teori Kepribadian.

Teori ini berdasarkan kombinasi yang kompleks dari sifat fisik dan material, nilai, sikap dan kepercayaan, selera, ambisi, minat dan kebiasaan dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu sosok yang unik.

Dari enam teori perilaku itu dapat dipakai untuk memahami perilaku konsumen. Sehingga antar teori yang satu dengan teori yang lain masih dapat dipergunakan sesuai dengan perilaku konsumen yang berbeda.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh:³⁶

a. Faktor kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Konsumen biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Selain itu, ada kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

b. Faktor sosial.

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa dibedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok rujukan.

Kelompok primer dapat terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung

³⁶ Bison Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama , 2004), 7-11

dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor sosial yang lain. Peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan. Daur hidup berkaitan dengan siklus hidup seseorang. Tahapan dalam daur hidup berhubungan dengan perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidup. Jabatan mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata. Keadaan tertentu ini tidaklah lain adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, harta, dan aktivitas meminjam.

Gaya hidup adalah pola hidup yang diekspresikan oleh minat, pendapatan, kegiatan yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.

d. Faktor Psikologis.

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima lingkungan. Sedang faktor psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

B. TRAM (*Technology Readiness and Acceptance Model*)

TRAM (*Technology Readiness Acceptance Model*) merupakan metode yang digunakan untuk menyelidiki niat pengguna dalam menggunakan suatu system. Namun, TRAM juga dapat digunakan untuk mengetahui penerimaan pengguna sesudah menggunakan sistem maupun kesiapan pengguna sebelum menggunakan sistem, TRAM sendiri merupakan model yang dikombinasikan antara model TRI (*Technology Readiness Index*) oleh Parasuraman (2000) dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*) oleh Davis (1989).³⁷

1. TRI (*Technology Readiness Index*)

Konsep TRI didefinisikan sebagai "kecenderungan orang untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan rumah tangga dan di tempat kerja". Ini mengusulkan bahwa interaksi individu dengan teknologi baru secara bersamaan menghadirkan pandangan yang berbeda (yaitu keyakinan, persepsi, perasaan dan motivasi), yang dapat dikategorikan menjadi empat faktor psikografis. Dua faktor positif optimisme dan keinovatifan adalah pendorong yang menguntungkan yang memotivasi penerimaan individu terhadap teknologi baru, sementara dua faktor negatif ketidaknyamanan dan ketidakamanan adalah penghambat yang tidak menguntungkan yang menghambat penerimaan teknologi baru.³⁸

Optimism mengacu pada kepercayaan positif pada teknologi sebagai peningkatan efisiensi, kontrol, dan fleksibilitas dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Inovasi mencerminkan kecenderungan untuk menjadi

³⁷ Anthony Eko Hadisuwarno and Rahadian Bisma, "Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi E-Kinerja Dengan Metode TRAM Dan EUCS Pada Kepolisian," *Teknologi* 10, no. 2 (2020): 93–109, <https://doi.org/10.26594/teknologi.v10i2.2062>.

³⁸ Weisheng Chiu and Heetae Cho, "The Role of Technology Readiness in Individuals' Intention to Use Health and Fitness Applications: A Comparison between Users and Non-Users," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 33, no. 3 (2021): 807–25, <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2019-0534>.

pemimpin pemikiran atau pelopor dalam menguji layanan atau produk berbasis teknologi yang inovatif. Tidak nyaman mencerminkan persepsi individu tentang kurangnya kontrol dan kepercayaan diri saat menggunakan teknologi, dan ketidakamanan mengacu pada ketidakpercayaan orang terhadap teknologi, yang berasal dari skeptisisme tentang kemampuannya untuk bekerja dengan tepat dan kekhawatiran tentang konsekuensi yang berpotensi membahayakan. Namun, harus dicatat bahwa keyakinan TRI positif dan negatif ini tidak serta merta menunjukkan kompetensi individu dalam menggunakan teknologi. Individu dengan keyakinan TRI positif mungkin tidak mahir menggunakan teknologi, dan orang dengan keyakinan TRI negatif mungkin terbiasa menggunakan teknologi. Selain itu, ditemukan bahwa konsumen teknologi terkait olahraga (misalnya, pelacak kebugaran) cenderung mengungkapkan profil unik dibandingkan dengan produk atau layanan terkait teknologi lainnya.³⁹

2. TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM, awalnya dimaksudkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer, telah diterapkan secara luas untuk memeriksa perilaku adopsi terkait teknologi individu di berbagai populasi dan jenis teknologi inovatif, seperti belanja seluler, perangkat telematika otomotif, penggunaan media sosial dan teknologi perawatan kesehatan. TAM adalah model khusus sistem yang terdiri dari dua faktor kognitif mendasar yaitu persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dan kegunaan yang dirasakan (PU), yang selanjutnya menentukan niat perilaku orang untuk menggunakan dan penggunaan teknologi baru yang sebenarnya. PEOU mengacu pada

³⁹ Ibid.

“sejauh mana seseorang mempercayai hal itu menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”.⁴⁰

Di sisi lain, PU adalah “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya”. Lebih khusus lagi, PEOU menekankan peran teknologi dalam mengurangi upaya pengguna, sedangkan PU berfokus pada seberapa besar teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna. TAM berpendapat bahwa PEOU memengaruhi PU karena semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin bermanfaat teknologi itu, dan dua persepsi ini PEOU dan PU memainkan peran penting dalam memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi.⁴¹

Tujuan TAM adalah untuk menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal pada kepercayaan internal, sikap, dan niat. TAM diformulasikan untuk mengidentifikasi variabel pokok yang diperoleh dari penelitian sebelumnya. Teori dan faktor penentu dari penerimaan teknologi, serta menggunakan *theory of planned behavior* (TPB) sebagai latar belakang teoretis untuk memodelkan hubungan antar-variabel.⁴² Terdapat beberapa kelebihan TAM diantaranya:

1. Menjadi alternatif jawaban ketika sebuah sistem tidak bisa menjawab kebutuhan user.
2. Hadir dengan tujuan menjadi dasar teori yang kuat.
3. Lolos dari banyak uji riset dengan kesimpulan hasil bahwa TAM termasuk dalam kategori yang positif berdampak.
4. Menjadi model yang memiliki tampilan sederhana namun valid.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid.

⁴² Qingxiong Ma and Liping Liu, “The Technology Acceptance Model,” *Journal of Organizational and End User Computing* 16, no. 1 (2004): 59–72, <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>.

5. Mengungkapkan bahwa user dapat dengan bebas menentukan teknologi yang akan ia gunakan.⁴³

Maka dalam hal ini penerapan sistem informasi harus berkembang dengan memperhatikan *technology acceptance model* (TAM) yang tentu saja disamping untuk mengoptimalkan kinerja hal ini juga bisa dipakai untuk memperbaiki pandangan masyarakat mengenai penggunaan teknologi. Adapun dalam menganalisis perilaku konsumen dapat menggunakan 2 macam bentuk *technology acceptance model* (TAM) seperti berikut ini:

C. *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Theory of planned behavior (TPB) menurut Fishben dan Ajzen digunakan sebagai alat untuk memahami berbagai faktor yang mempengaruhi intensi perilaku tentang pengenalan teknologi yang dapat mempengaruhi sikap.⁴⁴ *Theory of planned behavior* (TPB) memiliki salah satu kelebihan yaitu kemampuannya untuk menganalisa situasi individu yang tidak mempunyai kontrol terhadap perilaku.⁴⁵ Teori ini memiliki fondasi terhadap perspektif kepercayaan yang mampu mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan tingkah laku yang spesifik dengan menggabungkan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu untuk digunakan pada situasi-faktor spesifik. Davis berpendapat bahwa dalam mengembangkan suatu model yang dapat diterapkan pada banyak situasi, akan dapat menyebabkan model kehilangan faktor kendali yang penting

⁴³ Moh Hadi Subowo, S.Kom., M.T.I., "Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz," *Walisongo Journal of Information Technology* 2, no. 2 (2020): 79, <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>.

⁴⁴ Neila Ramdhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior," *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2016): 55–69.

⁴⁵ Jogyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta : ANDI. ISBN 978-979-29-0029-3,2007)

bagi konteks. *Theory of planned behavior* (TPB) memiliki konsep, yaitu:⁴⁶

1. *Attitude Towards The Behavior*

Sikap terhadap perilaku seseorang mengacu pada pembentukan evaluasi yang berdampak positif ataupun negatif serta sikap dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan (*favorable unfavorable*) terhadap sesuatu.

2. *Subjective Norm*

Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial (dari internal atau eksternal) yang timbul untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Tekanan sosial yang berasal dari orang sekitar yang dianggap penting untuk dirinya (*significant others*) seperti motivasi atau pengaruh lingkungan.

3. *Perceived Behavior Control*

Persepsi terhadap pengendalian perilaku merupakan keyakinan seseorang mengenai seberapa besar kontrolnya untuk memunculkan perilaku yang akan dimunculkan. *Perceived behavior control* dapat mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku.

Konsep sikap terhadap perilaku tergambarkan melalui variabel kepuasan. Kepuasan konsumen dibentuk dari proses kognitif yang diwujudkan dalam sikap terhadap suatu produk atau jasa tertentu yang juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mana faktor emosional memegang peranan yang cukup penting serta memiliki persepsi positif setelah penggunaan.

D. Minat Menggunakan

1. Pengertian Minat Menggunakan

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Menurut

⁴⁶ Ajzen. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, (1991), 179-211.

Kotler dan Keller “*customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of a product*”. Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sifat-sifat budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah motivasi, belajar, persepsi, kepercayaan dan sikap. Faktor persepsi, keyakinan dan sikap menjadi faktor yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan sehingga menimbulkan niat pada seseorang hingga akhirnya melakukan pembelian. Menurut Davis minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu. Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.⁴⁷

Minat Menggunakan adalah seberapa besar kekuatan niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, yaitu menggunakan sistem informasi. *Behavior intention* sebagai penentu langsung dari suatu penggunaan teknologi dan juga pengguna potensial, diperlukan sebelum terjadinya penggunaan aktual. Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor sosial, perasaan (affect), dan konsekuensi dari perasaan. Meningkatnya minat untuk menggunakan teknologi informasi juga didasari karena adanya manfaat

⁴⁷ Monica and Japariato, “Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 1 (2022): 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>.

yang dirasakan oleh penggunanya. Menurut Thompson et.al. Semakin besar keyakinan seseorang terhadap manfaat dari teknologi informasi mampu meningkatkan minat mereka dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan pekerjaannya.⁴⁸

2. Indikator Minat Menggunakan

Pada minat menggunakan terdapat beberapa indikator variabel yang terdiri dari:

- a. Akan bertransaksi menggunakan QRIS pada aplikasi DANA
- b. Akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan QRIS pada aplikasi DANA
- c. Akan terus menggunakan QRIS pada aplikasi DANA.⁴⁹

3. Minat Menggunakan Berdasarkan Perspektif islam

Seorang muslim untuk menentukan minat menggunakan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat israf (royal) dan tabzir. Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.⁵⁰ Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara', sebagaimana firman Allah Swt dalam Al-Quran:

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Muliadi et al., "Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo."

⁵⁰ Fitria Solahika Salma, 'Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya1) Fitria', *Jestt*, 2.4 (2015), 247–52.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah ayat 168)

Selain itu minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, pada surat Ar-Rad ayat 11 dijelaskan:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. Ar-Rad ayat 11)

Al-Quran menggambarkan kesukaan, keinginan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan didunia. Supaya mencapai tujuan, manusia dituntut untuk berjuang dan bekerja keras. Seperti yang diterangkan dalam aya berikut ini:

زِينٍ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ
 الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ
 وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ ﴿١٤﴾

“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).” (QS. Ali-imran ayat 14)

Ayat diatas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya seyelah membangun keluarga dan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang untuk memenuhi keperluan hidupnya.

E. *Optimism*

1. Pengertian *optimism*

Optimism didefinisikan sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.⁵¹ Optimisme disebut sebagai faktor pendorong kesiapan teknologi (*Technology Readiness*). Skor tinggi pada dimensi ini akan meningkatkan kesiapan teknologi secara keseluruhan. Di sisi lain, ketidaknyamanan dan ketidakamanan merupakan faktor penghambat kesiapan teknologi. Skor tinggi pada dimensi ini akan mengurangi kesiapan teknologi secara keseluruhan.⁵²

Optimism merupakan pola pikir positif yang digunakan orang dalam mengatasi masalah. Orang yang memiliki pola pikir positif selalu melihat sisi positifnya, realistis dan berusaha menemukan solusi terbaik bila menghadapi masalah dan sangat yakin bahwa setiap masalah selalu ada jalan keluarnya. “menyebutkan optimisme mencerminkan sejauh mana orang memegang harapan yang menguntungkan bagi mereka. Kesempatan untuk mencapai harapan adalah didasari pada keyakinan terhadap kemampuan atau potensi yang dimiliki individu dalam mencapai hal

⁵¹ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, “Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang.” *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

⁵² R Panday, A Wibowo, and S Mardiah, “Analisis Technology Readiness Acceptance Penggunaan Komputer Dan Teknologi Informasi Pada Manajemen Proyek Kontraktor,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 1, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.31599/jmu.v6i1.492>.

tersebut. Individu yang optimis adalah individu yang menyadari bahwa ia memiliki kemampuan untuk menjadi apa yang diharapkan. Hal-hal baik terkait tujuan, harapan yang positif dalam segala aspek kehidupan”.Sejalan dengan pernyataan tersebut Scheier & Carver menyatakan bahwa optimisme sering diartikan sebagai keyakinan bahwa kejadian di masa yang akan datang memiliki nilai positif. “Optimisme merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa sesuatu yang baik akan terjadi dimasa depannya” aspek-aspek optimisme berhubungan erat dengan gaya penjelasan suatu peristiwa (*explanatory style*), dimana hal ini berarti merupakan cara pandang individu terhadap peristiwa yang sedang ia hadapi yang dapat membawanya menjadi individu yang memiliki optimisme atau justru pesimisme akan masa depan”.⁵³

2. Indikator *Optimism*

Pada *Optimism* terdapat beberapa indikator variabel yang terdiri dari:

- a. Meningkatkan pengawasan dalam melakukan transaksi pembayaran
- b. Meningkatkan fleksibilitas dalam melakukan transaksi pembayaran
- c. Meningkatkan efesiensi dalam melakukan transaksi pembayaran⁵⁴

Optimism atau sebuah keyakinan merupakan suatu dasar kita untuk melakukan sesuatu ataupun mengambil keputusan sehingga apabila didalam diri kita sudah memiliki keyakinan maka hal ini dapat meningkatkan

⁵³ Fauzan Fauzan, “Analisis Soft Skill Dan Hard Skill Serta Pengaruhnya Terhadap Optimisme Calon Lulusan Prodi Manajemen Unihaz Bengkulu,” *Creative Research Management Journal* 3, no. 1 (2020): 11, <https://doi.org/10.32663/crmj.v3i1.1280>.

⁵⁴ Heru Wijayanto Aripadono, “Analisis Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Pada Penggunaan Sport Wearable Technology,” *Teknika* 10, no. 1 (2021): 68–77, <https://doi.org/10.34148/teknika.v10i1.330>.

keinginan konsumen untuk terus menggunakan sebuah sistem. Dan apabila setelah menggunakan mereka memperoleh sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan lebih sering menggunakan.

3. *Optimism Berdasarkan Perspektif Islam*

Sifat optimis sering disamakan dengan kata "*At-Tafaul*" yang bermakna pengharapan nasib baik. Sifat optimis merupakan salah satu dari ciri-ciri dari seorang mukmin yang beriman dan taat kepada ajaran agama Islam. Sifat ini lebih lanjut akan membawa keyakinan bahwa Allah SWT akan memudahkan segala urusan hambanya yang taqwa di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, seorang mukmin yang menemui kesulitan atau kegagalan dalam menjalani kehidupan akan senantiasa berpikir positif, karena ia yakin bahwa semua itu terjadi karena Allah memberikan segala sesuatu yang terbaik bagi hamba-hambanya.⁵⁵

Sifat optimis yang dimiliki orang mukmin akan menyebabkan makin bertumbuhnya keimanan kita terhadap Allah SWT, sifat optimis ini selalu memunculkan prasangka baik kita terhadap apa yang Allah berikan dalam kita menjalani kehidupan. Sebaliknya, bersifat pesimis akan mengarahkan kita pada rasa mudah menyerah yang akan menyebabkan kemunduran pada diri kita, pesimis juga memicu dampak prasangka buruk yang bisa menggoyahkan keimanan seorang muslim terhadap Allah SWT. Pemikiran yang cenderung sukar menyelesaikan masalah kehidupan, menipisnya keyakinan bahwa apa yang Allah takdirkan pada kita berupa kesulitan dan cobaan adalah yang terbaik yang harus kita alami akan mudah muncul jika kita memiliki sifat yang pesimistis.⁵⁶

Di antara lafaz Al Qur'an, optimisme juga terepresentatif pada kata *shabara* (sabar) atau

⁵⁵ Universitas Islam and Negeri Salatiga, "Optimisme Perspektif Pendidikan Islam Dan Implementasinya Dalam Layanan Bimbingan Dan Konseling Bagi Mahasiswa," 2023, 1535–58, <https://doi.org/10.30868/ei.v12i02.3636>.

⁵⁶ Ibid.

kemampuan mengontrol hawa nafsu. Bahwa bersabar artinya tidak pasif menerima begitu saja setiap kesusahan, melainkan terus mencari solusi agar terlepas dari kesusahan tersebut. Sebagai sikap optimis, sabar berarti memiliki keteguhan hati serta tidak asal bertindak tanpa pertimbangan terlebih dahulu agar dalam menyelesaikan masalah justru tidak menimbulkan masalah baru. Dalam lafaz lain dalam surat Yusuf Allah SWT berfirman

يٰٓيَبْنَٰى اذْهَبُوْا فْتَحَسَّسُوْا مِنْ يُّوْسُفَ وَاٰخِيْهِ وَا لَا تَاِيْسُوْا مِنْ
 رُّوْحِ اللّٰهِ اِنَّهٗ لَا يَاِيْسُ مِنْ رُّوْحِ اللّٰهِ اِلَّا الْقَوْمُ الْكٰفِرُوْنَ ﴿٨٧﴾

“Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”.(QS. Yusuf, ayat 87).

Dalam ayat ini rasa optimis atas apa yang Allah berikan dalam kehidupan adalah hal yang wajib dimiliki umat Islam, tidaklah umat Islam yang beriman itu menjadi putus asa (pesimis) dalam menjalani kehidupan. Optimis itu kemampuan untuk percaya bahwa hidup memang tidak selalu mudah, tetapi dengan upaya dan kerja keras hidup akan menjadi lebih baik. Optimis akhirnya menjadikan diri kita mampu melihat titik terang kehidupan dan memelihara sikap positif yang realistis meski dalam kondisi paling sulit sekalipun. Sebagai seorang muslim tentu bersikap optimis itu satu jalan yang harus kita lalui untuk menggapai ridho dan berkah illahi.

Adanya teknologi yang semakin berkembang maka minat penguapan semakin banyak dan memiliki sikap optimis pada diri atau keyakinan bahwa dengan ada perkembangan teknologi tersebut maka akan mempermudah kegiatan di kehidupan sehari-hari. Selain itu pula dalam menggunakan teknologi dan memutuskan sesuatu harus dilandasi pada sikap kehati-hatian dalam menentukan keputusan. Sesuai dengan ayat al qur'an bahwa Allah SWT berfirman:

وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَاحْذَرُوا فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا
 إِنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلْغُ الْمُبِينُ ﴿٩٢﴾

“Dan taatlah kamu kepada Allah dan taatlah kamu kepada Rasul serta berhati-hatilah. Jika kamu berpaling, maka ketahuilah bahwa kewajiban Rasul Kami hanyalah menyampaikan (amanat) dengan jelas”. (QS Al-Maidah ayat 92)

F. *Perceived Usefulness*

1. Pengertian *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness merupakan *capable of being used advantageously* yang artinya dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Sikap penggunaan berdasarkan manfaat, frekuensi penggunaan dan keragaman *digital payment* yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.⁵⁷ Jika seseorang percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Persepsi manfaat menjadi salah satu variabel dalam *technology acceptance model* (TAM) karena secanggih apapun suatu teknologi jika tidak membawa kegunaan bagi penggunaannya maka tidak akan bernilai. Dalam membangun kepuasan, menggunakan persepsi pengguna yang digunakan dapat membantu mencapai tujuan dengan efektif dan efisien. Keuntungan yang didapatkan oleh konsumen dengan menggunakan aplikasi Dana yaitu:

- a. Dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun asal tersedianya fasilitas internet yang memadai.

⁵⁷ Endang S. Azizah Devi F Muntianah, Tutik S. Astuti, “Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM),” *Profit Universitas Brawijaya Malang* 6, no. 1 (2012): 88–113.

- b. Sangat efisien jika digunakan, baik dari segi waktu maupun dari segi biaya, tanpa harus perlu datang ke kantor bank maupun ke ATM.
- c. Keamanan yang berlapis dalam transaksi seperti security user ID, PIN dan *keytoken* untuk mengamankan transaksi.

2. Indikator *Perceived Usefulness*

Pada *Perceived Usefulness* terdapat beberapa indikator variabel yang terdiri dari:

- a. Meningkatkan produktifitas individu
- b. Meningkatkan efektifitas dalam melakukan transaksi pembayaran
- c. Mengurangi waktu dalam melakukan transaksi pembayaran.⁵⁸

Digital payment harus memiliki manfaat dalam pengoperasian sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk terus menggunakannya. Jika aplikasi Dana dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan lebih mudah digunakan, maka konsumen akan lebih sering menggunakan.

3. *Perceived Usefulness* Berdasarkan Perspektif Islam

Persepsi kemanfaatan menjadi salah satu variabel dalam *technology acceptance model* (TAM) karena secanggih apapun suatu teknologi jika tidak membawa kegunaan bagi penggunaannya maka tidak akan bernilai. Maka dari itu, persepsi manfaat telah diaplikasikan pada berbagai macam teknologi informasi untuk mengukur kinerja inovasi teknologi. Terdapat hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan. Kepercayaan sebagai kesanggupan organisasi untuk dapat menciptakan

⁵⁸ Muliadi et al., “Analisa Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Behavior Intention Melalui *Perceived Usefulness* Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo.” 15, no. 1 (2021): 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.

hubungan dan dapat bergantung. Selain itu, adanya manfaat dan kelengkapan fitur aplikasi Dana menjadi ciri khas yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi Dana yang dapat memberikan kepuasan.⁵⁹

Dalam perspektif Islam, manajemen syariah mengatur setiap individu dalam menggunakan suatu barang dan pelayanan harus didasarkan pada tujuan manfaat agar konsumen mendapatkan keadilan dan kebahagiaan yang baik di dunia dan akhirat. Penerapan persepsi kemanfaatan dalam pandangan islam disebut sebagai kemaslahatan. Masalah bisa diartikan dengan mengambil manfaat yang mendatangkan kebaikan serta meningkatkan kesejahteraan konsumen. Kemaslahatan senantiasa dipengaruhi perkembangan tempat, zaman, dan lingkungan.⁶⁰Teori mashlahat menduduki peranan penting, mengatur batasan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat. Hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa Allah Swt telah berfirman:

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
 كَفُورًا

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”. (QS Al-Isra/17:26-27).

⁵⁹ Masturin, Manajemen Modal Sosial Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mewujudkan Kemaslahatan Umat: Studi Pada Baitul Maal Wat Tamwil kodus, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.1, (2019).

⁶⁰ Ibid.

Ayat tersebut secara tegas menjelaskan bahwa seharusnya harta yang dimiliki digunakan untuk hal yang berguna untuk orang banyak. Membawa kemaslahatan umat jika membantu kerabat dekat, sanak keluarga dan orang fakir miskin agar terhindar dari perilaku *hedonisme* dan *israf*.

G. *Perceived Ease Of Use*

1. Pengertian *Perceived Ease Of Use*

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan niat untuk menggunakan sebagai kebalikan dari suatu sistem yang lebih mudah digunakan. Oleh karena itu, sebuah sistem yang memerlukan usaha kecil dikatakan lebih baik daripada sistem yang memerlukan usaha lebih besar. Persepsi kemudahan adalah mengacu pada aplikasi Dana yang dapat dengan mudah dipelajari, fleksibilitas, kejelasan tampilan, dan proses yang ada di dalam aplikasi.⁶¹ Persepsi kemudahan adalah mengacu pada aplikasi Dana yang dapat dengan mudah dipelajari, fleksibilitas, kejelasan tampilan, dan proses yang ada di dalam aplikasi.⁶² Pihak Dana memberikan kemudahan pemahaman dan penggunaan, hal ini diwujudkan dalam tata cara betransaksi yang dapat dipelajari oleh konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat

⁶¹ Sayyid Ali Ashghar and Hanny Nurlatifah, "Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Risk Terhadap Keinginan Membeli Kembali Melalui e-Trust Dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay Pada Transaksi UMKM)," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 40, <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>.

⁶² Ibid.

mempengaruhi persepsi seseorang terhadap kemudahan suatu teknologi yaitu:⁶³

- a. Fokus pada teknologi tersebut, seperti pengalaman seseorang yang telah menggunakan suatu teknologi.
- b. Reputasi yang diberikan oleh pengguna terhadap teknologi tersebut yang mempengaruhi persepsi.
- c. Tersedianya fasilitas pendukung yang bisa dijadikan referensi.

Pengguna aplikasi Dana dapat dengan mudah menyelesaikan pembayaran hanya dengan sentuhan di perangkat seluler dan tidak membutuhkan banyak usaha. Meskipun usaha memiliki arti yang berbeda pada setiap individu, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan terhadap penggunaan sistem yang dikembangkan, maka sistem tersebut harus mudah diaplikasikan. Menurut Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi menyatakan bahwa peranan persepsi kemudahan penggunaan sebenarnya lebih kompleks. Pengguna aplikasi Dana dapat dengan mudah menyelesaikan pembayaran hanya dengan sentuhan di perangkat seluler.⁶⁴

2. Indikator *Perceived Ease Of Use*

Pada *Perceived Ease Of Use* terdapat beberapa indikator variabel yang terdiri dari:

- a. Cara menggunakan QRIS mudah untuk dipelajari
- b. Pembayaran menggunakan QRIS mudah dipahami
- c. Dalam penggunaannya tidak membutuhkan usaha yang besar
- d. Pembayaran menggunakan QRIS lebih mudah

⁶³ Istiarni, P. R., 'Analisis pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap minat Penggunaan berulang Internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening', 3.2 (2014)

⁶⁴ Ndubisi, N. O. 2006. Factors of online learning adoption: A comparative juxtaposition of the theory of planned behavior and the technology acceptance model. *International Journal on E-Learning*, 5 (4), 571–591

digunakan.⁶⁵

Digital payment harus sederhana dan gampang dalam pengoperasian sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk terus menggunakannya. Jika aplikasi Dana dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan lebih mudah digunakan, maka konsumen akan lebih sering menggunakan.

3. *Perceived Ease Of Use* Berdasarkan Perspektif Islam

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku individu dalam memilih barang atau jasa harus sesuai dengan kenyamanan. Kenyamanan yang disediakan oleh Dana adalah tidak memberi kesulitan bagi konsumen yang sesuai konsep Islam. Pengguna Dana juga harus tetap memerhatikan perilaku konsumsi islami yaitu tidak israf dan tidak mubadzir. Secara konseptual, kemudahan itu datangnya dari Allah, sebagai pencipta dan penguasa alam semesta ini. Dengan demikian, segala bentuk kemudahan yang datang dari makhluk pada hakikatnya terjadi atas izin Allah. Sebagai Dzat Yang Maha Kuasa, tidak ada yang sulit bagi Allah Swt. meskipun terkadang nalar manusia menganggapnya mustahil.

Syariat Islam tidak datang untuk menyusahkan manusia atau membebani mereka di luar batas kemampuan. Syariat Islam menetapkan hukum asal, lalu memberikan toleransi dan dispensasi hukum bagi orang mukalaf sesuai situasi dan kondisi tertentu. Namun demikian, tidak berarti bahwa syariat menyerahkan kendali hukum dan memberikan kebebasan penuh untuk tidak melaksanakan perintah menurut selera dan kehendak masing-masing orang. Karena jika yang terjadi demikian, tertuplah pintu perintah dan pembebanan syariat dan tinggallah pintu pembolehan yang terbuka

⁶⁵ Muliadi et al., “Analisa Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Behavior Intention Melalui *Perceived Usefulness* Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo.” 15, no. 1 (2021): 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.

secara bebas. Syariat kemudian kehilangan fungsinya dalam mengatur perbuatan dan ibadah manusia. Sementara tujuan dari syariat itu sendiri adalah penyucian jiwa, keteraturan urusan dunia dan akhirat serta meraih ridla Allah Swt., melalui pengamalan syariat itu sendiri. Selain itu, setiap amal yang dituntut untuk dikerjakan oleh orang mukalaf pasti mengandung “beban”, karenanya disebut “pembebanan” (taklif). Disebut mengandung “beban”, karena adanya unsur sulit di dalamnya yang bertentangan dengan selera nafsu. Akan tetapi, kadar kesulitan yang dirasakan oleh nafsu itu tidak lantas semertamerta menjadi alasan pemenuhan kewajiban itu mendapat keringanan⁶⁶

Menurut Quraish Shihab kata israf terambil dari kata sarafa yang berarti melampaui batas kewajaran dalam hal apapun. Adapun kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* merupakan konsep islami dengan tidak memberikan kesukaran pada konsumen sehingga bisa digunakan dengan sebaik mungkin. Hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur’an bahwa Allah Swt telah berfirman :

﴿يَبْنَٰى اَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا
وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱﴾

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (QS. Al-A’raf ayat 31)

⁶⁶ Muhammad Radfi’ al-Utsmani, al-Akhdz bi al-Rukhash al-Syar’iyyah wa Hukmuh, edisi VIII (Jedah: Munazhhamat al-Mu’tamar al-Islami, tth). Hal. 1/215-221.

H. Pembayaran Digital (*Digital Payment*)

1. Pengertian *Digital Payment*

Digital payment merupakan sebuah pembayaran non-tunai yang menggunakan kartu atau uang elektronik yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi.⁶⁷ *Digital payment* dapat digunakan dalam berbagai transaksi seperti pembayaran untuk belanja di *e-commerce*, konten digital, tiket, biaya parkir, membayar tagihan, dan lainnya. *Digital payment* adalah bentuk *financial technology* yang merupakan metode pembayaran melalui media internet. *Digital payment* secara umum dikatakan sebagai produk layanan uang elektronik berbasis chip dan server. Mekanisme *digital payment* di Indonesia diatur oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 yang kemudian diperbarui kembali pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018.

Hadirnya *Digital payment* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, efisiensi dan waktu penggunaan, aksesibilitas, dan transparansi kepada pelanggan, sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang juga dapat menyimpan uang. Berbagai manfaat yang dirasakan ini mengukur bagaimana pelanggan merasakan manfaat menggunakan sistem *digital payment*, dengan mempertimbangkan semua faktor yang relevan.⁶⁸ Ciri *digital payment* sangat mendukung karakter masyarakat yang menyukai sesuatu serba cepat, instan, mudah digunakan, dan dapat dioperasikan dari satu gadget. Sistem penggunaan *digital payment* telah didukung berbagai macam merchant. Dengan banyaknya merchant

⁶⁷ Bramastio Wahyudi and Merlyana Dwindi Yanthi, "Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal," *Akuntabilitas* 15, no. 1 (2021): 55–72, <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>.

⁶⁸ Ervandy Kurniawan, "Analisis Minat Penggunaan Digital Payment Di Kota Medan" 1, no. 1 (2023).

atau gerai perbelanjaan yang telah terintegrasi sistem pembayaran dengan *digital payment*, maka masyarakat dapat menggunakan digital payment dengan mudah untuk melakukan transaksinya.

Salah satu aplikasi *Digital payment* yang populer dan terbaru di Indonesia adalah DANA. DANA adalah perusahaan startup Indonesia yang bergerak di bidang *financial technology* yang resmi diluncurkan pada 5 November 2018. Menyediakan infrastruktur untuk melakukan pembayaran dan transaksi digital non tunai dan non kartu, baik secara online atau offline bisa berjalan dengan cepat, praktis dan tetap terjamin keamanannya. Kelengkapan fitur layanan pada aplikasi Dana sebagai kemampuan teknologi dengan pertimbangan untuk memfasilitasi berbagai bentuk transaksi. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dalam penggunaannya dengan produk yang diinginkan.⁶⁹

Keunggulan yang dimiliki oleh Dana yaitu layanannya merupakan hasil karya anak bangsa yang dibuat di Indonesia, oleh orang Indonesia, dan untuk orang Indonesia. Layanan Dana disokong oleh 2 data center agar menjamin transaksi dapat terus berjalan tanpa gangguan. Dana juga sudah mendapat empat lisensi dari Bank Indonesia (BI), yakni soal izin penggunaan e-money, e-wallet, Lembaga Keuangan Digital (LKD), dan transfer uang online. Berbagai strategi dan kebijakan terus diefektifkan agar perusahaan bisa memperoleh keuntungan besar melalui kepuasan konsumen.⁷⁰

⁶⁹ Nurya Dina Abrilia and Sudarwanto Tri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3 (2020): 1006–12.

⁷⁰ Gaby Lingga Petra, Safira, Felicia Goenawan, and Vita Monica, "Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment," 2010.

2. Jenis-Jenis *Digital Payment*

Ada 2 jenis *digital payment* yang dapat ditinjau dari medianya yaitu:⁷¹

a. *Digital Payment* Berbasis *Chip*

Dapat menampung nominal uang yang berbentuk kartu, transaksi dilakukan secara offline untuk melakukan pembayaran dalam bentuk massal. Contohnya : E-Money, Flazz dan Brizzi.

b. *Digital Payment* Berbasis *Server*

Dapat menyimpan nominal uang berbentuk aplikasi yang diterbitkan. Penggunaannya harus dilakukan dengan online. Pembayaran dilakukan untuk transaksi dalam nominal kecil. Pembayaran pada *digital payment* berbasis *chip* bersifat *shared delivery channel*. Contohnya: mesin ATM, mesin EDC, dan QR Code. Sedangkan pembayaran pada *digital payment* berbasis server bersifat *proprietary delivery channel*. Contohnya :mobile banking dan internet banking seperti Dana, Gopay, Link Aja, Ovo, dll.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Digital Payment*

Menurut Liu dan Tai (2016) berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam penggunaan *digital payment* yaitu:⁷²

a. *Mobility*

Mobilitas adalah penentu yang digunakan untuk mengukur tingkat seorang individu merasakan manfaat yang diterima dalam konteks waktu, ruang, dan akses layanan. Metode pembayaran *digital payment* yang lebih fleksibel untuk digunakan

⁷¹ Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti, "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3)," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–97.

⁷² Eddy Madiono Sutanto and Yessica Yessica, "Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran" 10, no. 121 (2020): 53–69, <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>.

terlepas dari waktu, ruang dan sangat sesuai dengan gaya hidup *mobile* dan aktif saat ini.

b. *Convenience*

Kenyamanan adalah kemudahan penggunaan serta pencapaian manfaat yang didorong dari fleksibilitas, portabilitas dan aksesibilitas langsung.

c. *Compatibility*

Kesesuaian didefinisikan sebagai keselarasan dan efektivitas operasional dari layanan baru dibandingkan dengan nilai dari layanan yang ada untuk meningkatkan kinerja pekerjaan. Faktor inovasi dengan layanan pembayaran menggunakan seluler yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen, sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan manfaat bagi konsumen saat menggunakan layanan tersebut.

d. *Knowledge*

Pengetahuan layanan dapat membantu konsumen mengidentifikasi inovasi dan keinginan dari teknologi baru, sehingga menerapkan layanan lebih cepat dan lebih mudah. Dengan konsumen mengetahui tentang sistem tersebut, maka konsumen dapat mengidentifikasi bagaimana kinerja yang dilakukan dari pembayaran *digital payment*, apa manfaat yang didapat dan mengapa produk atau layanan itu penting bagi mereka.

e. *Trust*

Kepercayaan adalah kesediaan individu untuk mengambil risiko agar kebutuhan mereka terpenuhi. Kepercayaan pada kemampuan teknologi seluler yang dapat mengurangi risiko transaksi dan kepercayaan tentang penyedia layanan akan memenuhi harapan konsumen.

f. *Risk*

Risiko adalah kurangnya keamanan selama proses pembayaran karena kesalahan tidak terduga atas transaksi yang dilakukan. Risiko yang

kemungkinan terjadi seperti hilangnya akun dapat diambil alih oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab yang mengakibatkan kerugian. Tanpa langkah-langkah yang tepat, transaksi yang salah dapat terjadi yang mengakibatkan kerugian yang tidak diinginkan bagi pengguna.

4. Kelebihan dan Manfaat dalam Transaksi *Digital Payment*

Transaksi digital payment memberikan beberapa manfaat yang dapat dilihat dari keunggulannya. Seperti, transaksi lebih cepat karena transaksi dapat dilakukan dengan hanya menggunakan telepon seluler yang terhubung dengan internet. *Digital Payment* terintegrasi dengan kartu, aplikasi dan website sehingga dapat diakses dengan layanan online. pemegang digital payment tidak perlu bersusah payah untuk membawa uang tunai dalam jumlah yang besar, tidak perlu menyediakan uang pas untuk suatu transaksi tertentu, dan pemegang tidak perlu menyimpan uang receh (pengembalian).

5. Kekurangan dalam Transaksi *Digital Payment*

Akan tetapi ada beberapa kekurangan dalam pemakaian *digital payment* yang dapat menurunkan intensi penggunaan dan bias menimbulkan kekecewaan. Seperti yang dijelaskan berikut ini:

- a. **Sinyal Harus Stabil Jika Ingin Melakukan Transaksi**
Karena digital payment berbasis internet, maka ketika melakukan sebuah transaksi sinyal ponsel anda harus stabil. Kegagalan transaksi terkadang menimbulkan masalah baru.
- b. ***Digital Payment* Kurang Aman**
Dari segi keamanan digital payment hadir tanpa dilengkapi dengan fitur keamanan. Jadi apabila Anda kehilangan handphone, maka isi saldo tidak akan bisa dibekukan dan bisa dengan mudah digunakan orang lain. Serta, mudahnya terjadi kebocoran data pribadi.

Apabila hilang atau rusak sehingga nominal uang yang terdapat didalamnya tidak dapat diganti oleh pihak penerbit.

- c. Adanya Proses Transaksi Yang Memakan waktu Apabila Di Minimarket

Proses transaksi pembayaran dengan digital payment justru lebih lama dibandingkan membayar tunai sebab belum semua minimarket siap dengan pembayaran elektronik.

6. *Digital Payment* Dalam Perspektif Islam

Digital Payment adalah perangkat elektronik, layanan atau aplikasi yang memfasilitasi pengguna untuk bertransaksi secara online. E-wallet hadir sebagai inisitif dalam menunjang Gerakan Nasional Non Tunai, yang keberadaannya telah disahkan dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016. Dasar hukum tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat mengenai pembayaran non tunai, serta memberikan kemudahan dan keamanan bagi para pengguna untuk menjadikan transaksi yang lebih efektif dan efisien (Bank Indonesia, 2016). Berdasarkan Rahayu (2022) memperlihatkan data dari Bank Indonesia pada Juli 2022, dimana penggunaan ewallet tumbuh bersama dengan nilai nominal transaksi uang elektronik yang naik 39,76% secara tahunan dengan nominal Rp. 35,5 triliun. Saat ini terdapat 38 aplikasi e-wallet yang berlisensi legal, baik e-wallet konvensional maupun e-wallet syariah menurut statistik dari Bank Indonesia. Lima diantaranya yakni Gopay, Dana, OVO, ShopeePay dan LinkAja. Adapun e-wallet syariah yang bersertifikat resmi DSN MUI yaitu LinkAja Syariah yang rilis pada 14 April 2020.⁷³

Islam merupakan kepercayaan yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk cara manusia berperilaku untuk mencapai kebutuhan dasar yang sesuai

⁷³ Jurnal Ilmiah and Ekonomi Islam, “E-Wallet Dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya)” 9, no. 01 (2023): 516–24.

ketentuan AlQur'an supaya mendapatkan berkah dalam hidup. Perilaku konsumsi memiliki beberapa tujuan yaitu mencapai kehalalan, thayyib dan tidak berlebihan.⁷⁴

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾^{٣١}

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (QS. Al-A'raf ayat 31)

Selain itu berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah menjelaskan tentang:

a. Ketentuan Umum

Ketentuan umum dalam fatwa ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:
 - a) Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
 - b) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi
 - c) Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan
 - d) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

⁷⁴ Ibid.

- 2) Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Jumlah nominal uang elektronik adalah jumlah nominal uang yang disimpan secara elektronik yang dapat dipindahkan karena keperluan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.⁷⁵

b. Ketentuan Hukum

Uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini.⁷⁶

c. Ketentuan terkait akad dan personalia hukum

- 1) Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik adalah akad wadi'ah atau akad qardh.
 - a) Dalam hal ini akad yang digunakan adalah akad wadi'ah, maka berlaku ketentuan dan batasan akad wadi'ah sebagai berikut:
 - (1) Jumlah nominal uang elektronik bersifat titipan yang dapat diambil/digunakan oleh pemegang kapan saja;
 - (2) Jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh penerima titipan (penerbit), kecuali atas izin pemegang kartu;
 - (3) Dalam hal jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan digunakan oleh penerbit atas izin pemegang kafi, maka akad titipan (wadi'ah) berubah menjadi akad pinjaman (qardh), darr tanggung jawab penerima titipan sama dengan tanggung jawab dalam akad qardh.

⁷⁵ DSN-MUI, "Uang Elektronik Syariah," *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, no. 19 (2017): 1–12.

⁷⁶ *Ibid.*

- (4) Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana titipan dari pemegang kartu (*danafloat*).
 - (5) Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan pemndang-undangan.
- b) Dalam hal akad yang digunakan adalah akad *qardh*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *q ar dh* sebagai berikut:
- (1) Jumlah nominal uang elektronik bersifat hutang yang dapat diambil digunakan oleh pemegang kapan saja.
 - (2) Penerbit dapat menggunakan (menginvestasikan) uang hutang dari pemegang uang elektronik.
 - (3) Penerbit wajib mengembalikan jumlah pokok piutang Pemegang uang elektronik kapan saja sesuai kesepakatan;
 - (4) Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana pinjaman (utang) dari pemegang kartu (*danafloat*).
 - (5) Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.
- 2) Di antara akad yang dapat digunakan penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik (*prinsipal, acquirer, Pedagang, penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir*) adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al-ujrah*.
- a) Dalam hal akad yang digunakan akad *ijarah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ijarah* sebagaimana terdapat dalarr DSN-MUI Nomor: 112IDSN-MUI1IX12}I7 tentang Akad *Ijarah*.

- b) Dalam hal akad yang digunakan akad *ju'alah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ju'alah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUUXII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.
 - c) Dalam hal akad yang digunakan akad *wakalah bi al-ujrah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *wakalah bi al-ujrah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 113/DSNMUI/IX/2017 tentang *Wakalah bi al-Ujrah*.
- 3) Di antara akad yang dapat digunakan antara penerbit dengan agen layanan keuangan digital adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al-ujrah*.
- a) Dalam hal akad yang digunakan akad *ijarah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ijarah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah*.
 - b) Dalam hal akad yang digunakan akad *ju'alah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ju'alah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.
 - c) Dalam hal akad yang digunakan akad *wakalah bi al-ujrah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *wakalah bi al-ujrah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 113/DSNMUI/IX/2017 tentang *Wakalah bi al-Ujrah*.⁷⁷

7. Akad Dalam Transaksi *Digital Payment*

Pada transaksi pembayaran *digital payment* yang sesuai dengan prinsip syariah harus ada akad yang mengikat antara pihak yang terlibat dalam transaksi dan

⁷⁷ Ibid.

ketentuan syarat dalam transaksi pembayaran. Berikut adalah berbagai jenis akad untuk transaksi *digital payment* yaitu:⁷⁸

a. Akad Jual Beli

Ketika nilai *digital payment* (wahdat al-illiktruniat) yang tersimpan dalam media penyimpanan, baik berupa server atau chip yang dimiliki oleh penerbit dijual kepada calon pemegang dengan sejumlah uang senilai uang yang tersimpan dalam media *digital payment*.

b. Akad *Wadi'ah*

Ketika calon pemegang digital payment menyerahkan sejumlah uang kepada Penerbit dengan maksud menitipkan dan selanjutnya sejumlah uang tersebut dikonversikan menjadi sebuah nilai uang elektronik senilai uang yang diserahkan. Selanjutnya Penerbit wajib memelihara dan menjaga sejumlah uang tersebut dan menyerahkannya kepada pemegang saat diminta atau diambil atau untuk pembayaran kepada merchant.

c. Akad *Sharf*

Dalam fatwa DSN-MUI nomor 28 tahun 2002 tentang akad *sharf*, hanya dihalalkan melalui mekanisme spot atau penyerahaan uang dengan uang dilakukan secara tunai, sedangkan mekanisme *forward*, *swap* dan *option* tidak diperbolehkan menurut syariah. Oleh karena itu, jika uang dipertukarkan dengan uang pula yang merupakan bagian dari industri keuangan, maka perintah Islam dalam perdagangan barang ribawi diterapkan, yaitu harus dalam jumlah yang sama dan diserahkan pada saat itu juga.

⁷⁸ Alhusni Alhusni, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Penggunaan Uang Elektronik Dan Relevansinya Terhadap Lahirnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia," *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat* 19, no. 1 (1970): 1–14, <https://doi.org/10.19109/nurani.v19i1.2864>.

d. Akad *Ijarah*

Akad *Ijarah* digunakan dalam hal terdapat transaksi sewa menyewa atas perlengkapan yang terdapat pelayanan jasa atas penyelenggaraan *digital payment*. Akad *ijarah* juga dapat dipakai dalam *merchant* (pedagang) kepada penerbit, maupun biaya isi ulang uang elektronik di luar nominal pengisian saldo utama.

e. Akad *Wakalah*

Akad *Wakalah* digunakan dalam hal penerbit bekerjasama dengan pihak lain sebagai agen penerbit (*Co-Branding*) dan terdapat bentuk perwakilan lain. Akad *wakalah* juga diterapkan dalam pembayaran kepada *merchant* (pedagang) dimana penerbit dapat mewakili pemegang kartu dalam membayar transaksinya maupun sebaliknya tergantung pada jenis *digital payment* yang diterbitkan.

f. Akad *Qardh*

Akad *Qardh* dapat digunakan dalam hubungan hukum antara penerbit dengan memegang uang elektronik. Jika mengacu pada prinsip syariah, pembayaran uang elektronik sebagai alat pembayaran pada objek yang haram dan maksiat.

8. Prinsip Syariah dalam Transaksi Pembayaran *Digital Payment*

Dalam transaksi pembayaran pada uang elektronik terdapat prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan pada media *digital payment* agar sesuai dengan ketentuan *digital payment* syariah yairu:⁷⁹

1) Tidak Mengandung Maysir

⁷⁹ Imam Kamaluddin, Setiawan Bin Lahuri, and Chindy Chintya Cahya, "Keabsahan Uang Elektronik (E-Money) Perspektif Qawa'Id Fiqhiyah: Sebuah Tinjauan Empiris Terhadap Kritik Uang Elektronik," *Muslim Heritage* 7, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.4282>.

Maysir yaitu transaksi yang di dalamnya mengandung unsur perjudian, untung-untungan atau. Spekulatif yang tinggi. Penyelenggaraan digital payment harus didasarkan oleh kebutuhan pembayaran retail yang menuntut pada transaksi yang lebih cepat dan efisien, tidak untuk kebutuhan transaksi yang mengandung maysir.

2) Tidak Mendorong Israf

Digital payment pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran retail atau mikro, agar terhindar dari Israf (pengeluaran yang berlebihan) dalam konsumsi maka dilakukan pembatasan jumlah nilai digital payment dan batas maksimal total nilai transaksi digital payment dalam periode tertentu.

3) Tidak Digunakan Untuk Transaksi Objek Haram

Digital payment sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip Syariah, maka uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran yang haram.

Digital payment dalam Islam, sama halnya dengan uang elektronik konvensional yang membedakannya yaitu uang elektronik syariah sudah pasti harus berbasis pada prinsip syariah.

I. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah suatu kerangka pemikiran yang menghubungkan variabel penelitian secara teoritis, yaitu variabel bebas dan variabel terikat dan menjelaskan secara logis hubungan yang muncul antar variabel untuk menjawab permasalahan dan menjadi dasar dari seluruh proses penelitian.⁸⁰

Berdasarkan teori, *Optimisme* didefinisikan sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam

⁸⁰ Sekar Uma, *Metodelogi Untuk Penelitian Edisi Keempat*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.27

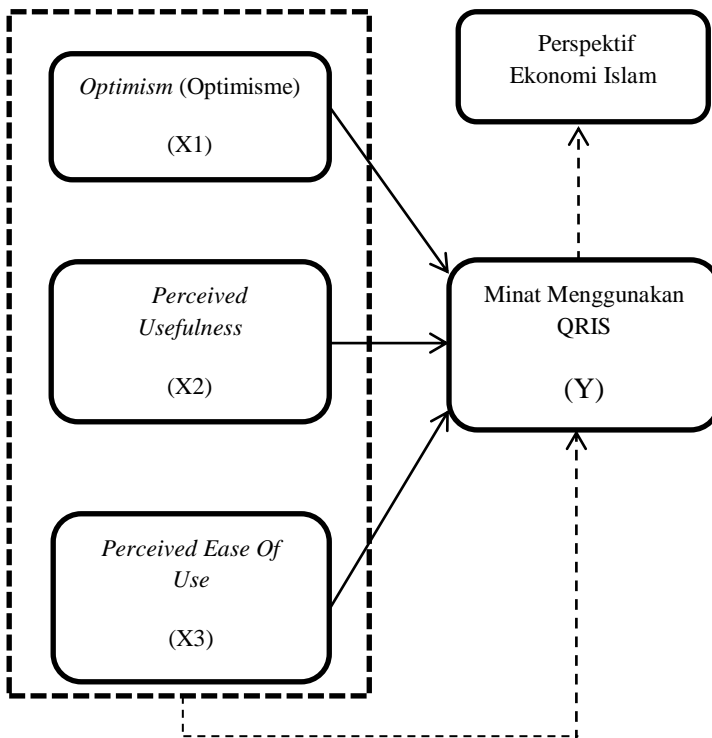
melakukan pekerjaan.⁸¹ Sehingga menimbulkan sebuah keyakinan pada diri, dan timbul rasa ingin menggunakan. *Perceived Usefulness* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi mereka merasa adanya keuntungan yang didapat, selain itu kinerja dan produktivitas pengguna teknologi informasi akan meningkat karena pekerjaan dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih singkat. *Perceived ease of use* ditandai dengan sejauh mana seorang konsumen percaya bahwa Kemudahan dalam penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan minat penggunaan dan pembelajaran fitur-fitur yang mendukung sistem tersebut.

Sedangkan minat merupakan suatu rasa yang disukai atau rasa ketertarikan pada suatu kegiatan yang ditunjukkan dengan rasa keinginan dan kecenderungan untuk memperhatikan kegiatan tersebut tanpa ada seseorang yang meyuruh, dan dilakukan dengan kesadaran diri sendiri dengan perasaan senang. Minat juga sebagai penentu langsung dari suatu penggunaan teknologi dan juga pengguna potensial, diperlukan sebelum terjadinya penggunaan aktual.

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel X yaitu *optimism*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang akan dihubungkan pengaruhnya terhadap variabel Y, yaitu minat menggunakan *quick response Indonesian standard* (QRIS) untuk pembayaran digital (studi kasus pada pengguna aplikasi DANA di bandar lampung). Maka dapat dikembangkan kerangka berfikir seperti di bawah ini:

⁸¹ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang." *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



keterangan :

-----> = uji secara simultan

————> = uji secara parsial

J. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁸² Selain itu, hipotesis adalah suatu dugaan jawaban yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan penelitian. Dugaan jawaban sementara ini pada

⁸² Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2009). h. 134.

prinsipnya bermanfaat membantu mahasiswa agar proses penelitiannya lebih terarah.⁸³ Maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh *optimism* terhadap minat menggunakan

Optimisme ialah sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan. Selain itu juga optimisme merupakan suatu pola yang memengaruhi perilaku manusia terhadap memilih sesuatu yang mereka yakini seperti dengan memilih *e-wallet* yang mereka anggap paling mudah dan dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari dan dalam semua urusan seperti pekerjaan maupun kepentingan yang lain.

Pada penelitian mirna tria pratiwi, farida indriani dan sugiarto (2017) bahwa *technology readiness* yang terdiri dari variabel *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan.⁸⁴ Selanjutnya menurut penelitian dari Weisheng Chiu (2020) mengungkapkan bahwa *optimism* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi kesehatan dan kebugaran berbeda antara pengguna dan bukan pengguna.⁸⁵ Selanjutnya penelitian dari Septi Nur Faizani dan Aries Dwi Indriyanti (2021) Menjelaskan bahwa *optimism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.⁸⁶ selanjutnya penelitian R Panday, A Wibowo dan S Mardiah Optimisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *perceived of usefulness*, sebanyak 53,2% *Perceived*.⁸⁷ Yang selanjutnya penelitian dari Anthony Eko Hadisuwarno dan

⁸³ Hariwijaya dan Triton, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi* (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2008), h. 50.

⁸⁴ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang."

⁸⁵ Chiu and Cho, "The Role of Technology Readiness in Individuals' Intention to Use Health and Fitness Applications: A Comparison between Users and Non-Users."

⁸⁶ Faizani and Indriyanti, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO)."

⁸⁷ Panday, Wibowo, and Mardiah, "Analisis Technology Readiness Acceptance Penggunaan Komputer Dan Teknologi Informasi Pada Manajemen Proyek Kontraktor."

Rahadian Bisma menyatakan bahwa optimis (*Optimism*) berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*).⁸⁸

Maka jika tingkat optimism kita semakin tinggi maka minat menggunakan QRIS juga semakin tinggi begitu juga sebaliknya apabila keyakinan atau tingkat optimism kita rendah maka minat menggunakan QRIS juga akan semakin rendah. Dari uraian tersebut dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *optimism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

b. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai derajat atau tingkat keyakinan seseorang dalam penggunaan suatu sistem yang mampu meningkatkan kinerja para penggunanya. Hal ini mengacu pada pengertian manfaat (*useful*) yang merupakan kemampuan untuk dapat memberikan keuntungan semaksimal mungkin. Jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat atau sistem yang digunakan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Konsep manfaat dari sistem yang digunakan adalah berkaitan dengan produktivitas, kinerja dalam mengerjakan tugas, efektifitas, pentingnya bagi pekerjaan serta kebermanfaat secara keseluruhan.⁸⁹

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita Dan Bida Sari (2021) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS.⁹⁰ Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh

⁸⁸ Hadisuwarno and Bisma, “Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi E-Kinerja Dengan Metode TRAM Dan EUCS Pada Kepolisian.”

⁸⁹ Suci Sulistiyarini, ‘Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.2 (2012), 1689–99.

⁹⁰ Ningsih, Sasmita, and Sari, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa.” *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4, no. 1 (2021): 1–9.

Michaela Louisa Muliadi dan Edwin Japarianto (2021) bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu faktor penentu yang penting yang mendorong munculnya niat individu untuk menggunakan sesuatu. Maka *Perceived usefulness* dari E-Wallet OVO berpengaruh positif terhadap *behavior intention*.⁹¹ Selanjutnya penelitian dari Septi Nur Faizani dan Aries Dwi Indriyanti (2021) Menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.⁹² Kemudian penelitian menurut Imam Shoffan Hasyim, Hanif dan Erike Anggraeni (2023) Menjelaskan bahwa penelitian memiliki pengaruh positif terhadap signifikansi *Perceived Usefulness* pada adopsi *FinTech* Islam oleh UKM.⁹³ Selanjutnya penelitian dari Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana (2016) yang berjudul “*Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*” menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan e-money di kalangan mahasiswa secara parsial.⁹⁴ Maka jika tingkat kemanfaatan kita semakin tinggi maka minat menggunakan QRIS juga semakin tinggi begitu juga sebaliknya apabila manfaat yang dirasakan kurang memuaskan maka minat menggunakan QRIS juga akan semakin rendah. Dari uraian tersebut dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

⁹¹ Muliadi et al., “Analisa Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Behavior Intention* Melalui *Perceived Usefulness* Sebagai Media *Intervening* pada Digital Payment OVO.”

⁹² Faizani and Indriyanti, “Analisis Pengaruh *Technology Readiness* Terhadap *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention* Dari *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* Untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO).”

⁹³ Shoffan Hasyim, Hanif, and Anggraeni, “Analysis of *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, And *Sharia Financial Literature* on The Adoption of *Sharia Fintech* By *MSMEs*.”

⁹⁴ Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, and Lala Irviana, “*Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*,” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13 (2016): 1–15.

c. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan

Persepsi kemudahan yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam penggunaannya pada suatu, akan bebas dari usaha. Bebas dari usaha ini maksudnya adalah terlepas dari kesulitan atau tidak membutuhkan upaya yang dalam menggunakannya. Sebuah aplikasi yang lebih mudah digunakan akan lebih banyak diterima oleh penggunanya. Dari definisi tersebut, jika seseorang meyakini bahwa sistem yang digunakannya mudah dioperasikan maka dia akan menggunakan sistem tersebut, begitu juga sebaliknya. Jika sistem tersebut dirasa sulit dalam pengoperasian maka dia tidak akan menggunakannya. memudahkan konsumen untuk merasakan kegunaan dari teknologi sehingga persepsi manfaat yang dirasakan akan meningkat.⁹⁵

Pada penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa dan Renny Dwijayanti (2020) bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi ovo. Bahwa seseorang yang percaya sistem informasi yang mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.⁹⁶ Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Feliana Monica dan Edwin Japarianto bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease of Use dari memiliki pengaruh terhadap Behavior Intention, Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.⁹⁷ berdasarkan penelitian Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur (2021) Menjelaskan bahwa *Technology Acceptance Model* (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat

⁹⁵ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, “Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang.” *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

⁹⁶ Khoirunnisa and Renny Dwijayanti, ‘Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja’, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.3 (2020), 979–84.

⁹⁷ Monica and Japarianto, “Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment.”

melalui *Fintech Gopay*.⁹⁸ Berdasarkan penelitian Michaela Louisa Muliadi dan Edwin Japarianto (2021) Menjelaskan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* melalui *perceived usefulness* sebagai media *intervening* pada digital payment OVO Apabila individu merasakan kemudahan dalam penggunaan sesuatu maka individu akan memiliki niat untuk menggunakan.⁹⁹ Berdasarkan penelitian Imam Shoffan Hasyim, Hanif dan Erike Anggraeni (2023) Tidak ada pengaruh positif yang signifikan dari Persepsi Kemudahan Penggunaan pada adopsi *FinTech Syariah* oleh UMKM.¹⁰⁰ Maka jika tingkat kemudahan yang dirasakan semakin tinggi maka minat menggunakan QRIS juga semakin tinggi begitu juga sebaliknya apabila kemudahan yang dirasakan rendah maka minat menggunakan QRIS juga akan semakin rendah. Dari uraian tersebut dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

d. Pengaruh *optimism, perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan

Seseorang dengan sikap positif yang lebih tinggi dalam menyikapi adanya teknologi cenderung lebih mudah untuk menggunakan teknologi sebaliknya jika *negative* lebih tinggi akan menjadi penghalang untuk masuknya informasi yang berkaitan dengan teknologi. *perceived usefulness* ialah kemampuan untuk dapat memberikan keuntungan semaksimal mungkin. Jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat atau system yang digunakan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. *perceived ease of use* yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam

⁹⁸ Ichwan, “Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay (Studi Pada Muzakki BAZNAS DKI Jakarta).”

⁹⁹ Muliadi et al., “Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo.” 15, no. 1 (2021): 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.

¹⁰⁰ Shoffan Hasyim, Hanif, and Anggraeni, “Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, And Sharia Financial Literature on The Adoption of Sharia Fintech By MSMEs.”

penggunaannya akan mendapatkan kemudahan. Maka jika seseorang meyakini bahwa system yang digunakan mudsh dioperasikan maka dia akan menggunakan system tersebut, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan penelitian dari mirna tria pratiwi dkk, bahwa *optimism, perceived usefulness dan perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan TCASH di kota Semarang.¹⁰¹ Selanjutnya menurut penelitian dari Weisheng Chiu (2020) mengungkapkan bahwa *technology readiness* positif, *perceived ease of use, perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi kesehatan dan kebugaran berbeda antara pengguna dan bukan pengguna.¹⁰² Maka dari uraian tersebut dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Optimism, perceived usefulness dan perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

¹⁰¹ Pratiwi, Indriani, and Sugiarto, "Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang." *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

¹⁰² Chiu and Cho, "The Role of Technology Readiness in Individuals' Intention to Use Health and Fitness Applications: A Comparison between Users and Non-Users."

DAFTAR RUJUKAN

Jurnal:

- Abrilia, Nurya Dina, and Sudarwanto Tri. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3 (2020): 1006–12.
- Alhusni, Alhusni. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Penggunaan Uang Elektronik Dan Relevansinya Terhadap Lahirnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.” *Nurani: Jurnal Kajian Syari’ah Dan Masyarakat* 19, no. 1 (1970): 1–14. <https://doi.org/10.19109/nurani.v19i1.2864>.
- Aripadono, Heru Wijayanto. “Analisis Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Pada Penggunaan Sport Wearable Technology.” *Teknika* 10, no. 1 (2021): 68–77. <https://doi.org/10.34148/teknika.v10i1.330>.
- Ashghar, Sayyid Ali, and Hanny Nurlatifah. “Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Risk Terhadap Keinginan Membeli Kembali Melalui e-Trust Dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay Pada Transaksi UMKM).” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>.
- Chiu, Weisheng, and Heetae Cho. “The Role of Technology Readiness in Individuals’ Intention to Use Health and Fitness Applications: A Comparison between Users and Non-Users.” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 33, no. 3 (2021): 807–25. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2019-0534>.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pendidikan Indonesia*. Vol. 1, 2017.
- DSN-MUI. “Uang Elektronik Syariah.” *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, no. 19 (2017): 1–12.
- Ersaningtyas, Awalina Putri, and Ety Dwi Susanti. “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resikodan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan rekening Bersama Shopee.” *Jurnal Bisnis Indonesia* 10, no. 2 (2019): 185–98.

- Faizani, Septi Nur, and Aries Dwi Indriyanti. “Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO.” *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)* 2, no. 2 (2021): 85–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>
- Fauzan, Fauzan. “Analisis Soft Skill Dan Hard Skill Serta Pengaruhnya Terhadap Optimisme Calon Lulusan Prodi Manajemen Unihaz Bengkulu.” *Creative Research Management Journal* 3, no. 1 (2020): 11. <https://doi.org/10.32663/crmj.v3i1.1280>.
- Fitriana, Rian, S Thya Safitri, and Citra Wiguna. “Faktor Penentu Penerimaan Teknologi Sistem Pembayaran Tagihan Bulanan Melalui E-Marketplace Menggunakan Metode Combined-Theory of Planned Behaviour-Technology Acceptance Model (C-TPB-TAM).” *Jurnal Ilmiah NERO* 7, no. 1 (2022): 53–68.
- Fuadi, Selamet, Kinanti Ambarwati, Suharto, and Suwanto. “0725311Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen [Pada Muhammadiyah Business Center Swalayan Di Metro] .” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology, 2022*, 311–22.
- Habib Hanafi, Kertahadi dan Heru Susilo. “Website Ub Terhadap Sikap Pengguna,” no. Pengaruh persepsi kemanfaatan & persepsi kemudahan website UB Terhadap sikap pengguna (2012): 8. <https://media.neliti.com/media/publications/77568-ID-pengaruh-persepsi-kemanfaatan-dan-persep.pdf>.
- Hadisuwarno, Anthony Eko, and Rahadian Bisma. “Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi E-Kinerja Dengan Metode TRAM Dan EUCS Pada Kepolisian.” *Teknologi* 10, no. 2 (2020): 93–109. <https://doi.org/10.26594/teknologi.v10i2.2062>.
- Ichwan, Ghofur. “Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay (Studi Pada Muzakki BAZNAS DKI Jakarta).” *Jurnal Ekonomi*

- Islam* 12 (2007): 40–51. <http://u.lipi.go.id/1180428290>.
- Ilmiah, Jurnal, and Ekonomi Islam. “E-Wallet Dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya)” 9, no. 01 (2023): 516–24.
- Islam, Universitas, and Negeri Salatiga. “Optimisme Perspektif Pendidikan Islam Dan Implementasinya Dalam Layanan Bimbingan Dan Konseling Bagi Mahasiswa,” 2023, 1535–58. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i02.3636>.
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy. “Fikih Media Sosial Di Indonesia.” *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’Ah Dan Perbankan Islam* 5, no. 2 (2020): 202–25. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.
- Kamaluddin, Imam, Setiawan Bin Lahuri, and Chindy Chintya Cahya. “Keabsahan Uang Elektronik (E-Money) Perspektif Qawa’Id Fiqhiyah: Sebuah Tinjauan Empiris Terhadap Kritik Uang Elektronik.” *Muslim Heritage* 7, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.4282>.
- Keni, Keni, Hendry Tjoe, Nicholas Wilson, and Edi Surya Negara. “The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile Payment Services in Indonesia” 478, no. Ticash (2020): 78–84. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.010>.
- Khoirunnisa, and Renny Dwijayanti. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020): 979–84.
- Kurniawan, Ervandy. “Analisis Minat Penggunaan Digital Payment Di Kota Medan” 1, no. 1 (2023).
- Ma, Qingxiong, and Liping Liu. “The Technology Acceptance Model.” *Journal of Organizational and End User Computing* 16, no. 1 (2004): 59–72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>.
- Monica, Feliana, and Edwin Japarianto. “Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment.” *Jurnal Manajemen*

- Pemasaran* 16, no. 1 (2022): 9–15.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>.
- Muliadi, Michaela Louisa, Edwin Japariato, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. “ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIOR INTENTION MELALUI PERCEIVED USEFULNESS SEBAGAI MEDIA INTERVENING PADA DIGITAL PAYMENT OVO” 15, no. 1 (2021): 20–27.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20>.
- Muntianah, Tutik S. Astuti, Endang S. Azizah Devi F. “Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).” *Profit Universitas Brawijaya Malang* 6, no. 1 (2012): 88–113.
- Ningsih, Hutami A, Endang M Sasmita, and Bida Sari. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa.” *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4, no. 1 (2021): 1–9.
- Panday, R, A Wibowo, and S Mardiah. “Analisis Technology Readiness Acceptance Penggunaan Komputer Dan Teknologi Informasi Pada Manajemen Proyek Kontraktor.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 1, no. 1 (2019).
<https://doi.org/10.31599/jmu.v6i1.492>.
- Petra, Safira, Gaby Lingga, Felicia Goenawan, and Vita Monica. “Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment,” 2010.
- Pratiwi, Mirna Tria, Farida Indriani, and J. Sugiarto. “Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang.” *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 76. <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.
- putu agung, anak agung, and Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1*. Vol. 1, 2013.
- Rahma, Aldra Puspita, and Clarashinta Clara Canggih. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 2

- (2021): 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>.
- Ramadhan, Adi Firman, Andrian Budi Prasetyo, and Lala Irviana. “Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money.” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13 (2016): 1–15.
- Ramdhani, Neila. “Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior.” *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2016): 55–69.
- Reiting, Philip, Andreas Mladenow, Christine Strauss, and Gabriele Kotsis. “Mobile Payment” 3, no. 1 (2020): 84–93. <https://doi.org/10.1145/3428690.3429182>.
- Rizki, Upik Yunia. “Hubunga Kesiapan Belajar Dengan Optimisme Mengerjakan.” *Educational Psychology Journal* 2, no. 1 (2013): 49–56. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/epj>.
- Salma, Fitria Solahika. “PENGARUH KUALITAS JASA PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HOTEL GRAND KALIMAS DI SURABAYA1) Fitria.” *JESTT* 2, no. 4 (2015): 247–52.
- Septiani, Yuni, Edo Aribbe, and Risnal Diansyah. “ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru).” *Jurnal Teknologi Dan Open Source* 3, no. 1 (2020): 131–43. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>.
- Shoffan Hasyim, Imam, Hanif Hanif, and Erike Anggraeni. “Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, And Sharia Financial Literature on The Adoption of Sharia Fintech By MSMEs.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 3 (2022): 1218–34. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1572>.
- Sigar, Junita Fadhillah. “The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money in Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 2 (2016): 498–507.

- Sihaloho, Josef Evan, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti. "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3)." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–97.
- Subianto, Totok. "BESERTA, STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN PEMBELIAN, IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN." *JURNAL EKONOMI MODERNISASI* 3, no. 3 (2007): 165–82.
- Subowo, S.Kom., M.T.I., Moh Hadi. "Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz." *Walisongo Journal of Information Technology* 2, no. 2 (2020): 79. <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>.
- Suharyono. "PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *AL-INTAJ* 4, no. 2 (2018): 308–27.
- Sutanto, Eddy Madiono, and Yessica Yessica. "Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran" 10, no. 121 (2020): 53–69. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>.
- Tarantang, Jefry, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, and Meidinah Munawaroh. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia." *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>.
- Wahyudi, Bramastio, and Merlyana Dwindi Yanthi. "Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal." *Akuntabilitas* 15, no. 1 (2021): 55–72. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>.

Website:

<https://www.kupastuntas.co/2021/12/12/211788-merchant-di-lampung-gunakan-qr-is-tumbuh-245-persen> (di akses pada 08 april 2023 pukul 15:09)

<https://lampung.antaranews.com/berita/544721/bi-lampung-catat-187177-merchant-telah-gunakan-qr-is> (di akses pada 08 April 2023 pukul 08:01 WIB)

<https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-2875-juta-pengguna-qris-di-indonesia-hingga-akhir-2022>

(di akses pada 09 April 2023 pukul 12:00 WIB)

<https://www.merdeka.com/uang/pengguna-qris-tembus-187-juta-merchant-hingga-mei-2022.html> (diakses pada 01 juni 2023 pukul 21:41 WIB)

<https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6855/transaksi-uang-elektronik-melejit?lang=1> (di akses pada 30 mei 2023 pukul 20:53 WIB)

<https://www.dana.id> (Diakses Pada 20 juli 2023 Pukul 14:30 WIB)

