

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model yang umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Model TAM ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM mendefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi akan manfaat teknologi. TAM dibuat khusus untuk permodelan adopsi pengguna sistem informasi.¹¹

Menurut Jogiyanto, terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut :

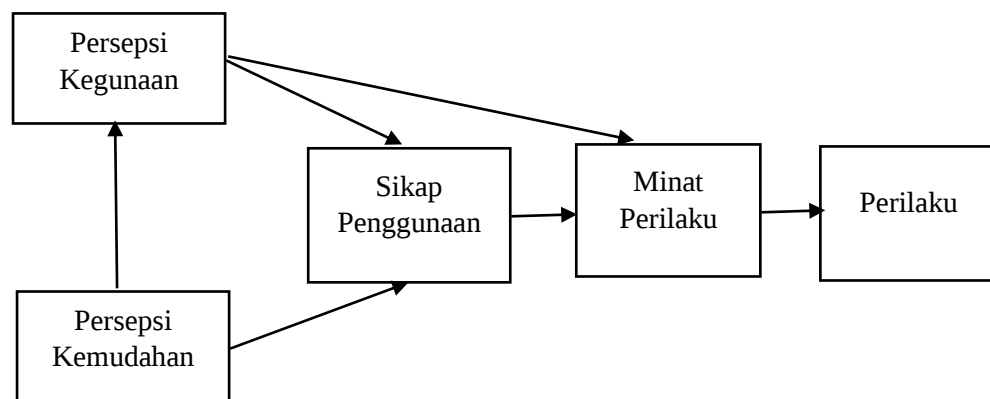
- 1) Kegunaan persepsi (*perceived usefulness*),
- 2) Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*),
- 3) Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using technology*)
- 4) Niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioural intention to use*)
- 5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology usage*).

¹¹ Jogiyanto H. M, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2007). hlm, 111

Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*Behavioral Intention*). Pemakaian teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.¹²

Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) mempengaruhi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Pemakaian sistem akan menggunakan sistem jika pertama merasa sistem tersebut mudah digunakan.

Berikut model dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM):



Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Karena TAM dimaksudkan untuk penggunaan teknologi, maka perilaku (behavior) di TAM dimaksudkan sebagai perilaku menggunakan

¹² *Ibid*, hlm. 112

teknologi. Dari berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.

2. Persepsi Kegunaan

Menurut Davis yang dikutip oleh jogiyanto kegunaan persepsi (*perceived usefulness*) didefinisikan seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job*).¹³

Sedangkan menurut jogiyanto kegunaan persepsi (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance*).¹⁴

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa kegunaan persepsi merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

¹³ *Ibid*, hlm. 317

¹⁴ *Ibid*, hlm. 114

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kegunaan persepsi (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi seperti penelitian yang dilakukan oleh Davis. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioural intention*), dan perilaku (*behaviour*) di dalam menggunakan teknologi dibanding dengan konstruk yang lainnya.¹⁵

Davis memberikan beberapa indikator kemanfaatan penggunaan sistem informasi yang dikutip oleh Jogiyanto meliputi:¹⁶

1) *Makes job easier* (mempermudah pekerjaan)

Salah satu tujuan pemanfaatan sistem baru adalah untuk mempermudah pekerjaan. Jika dengan sistem baru justru mempersulit pekerjaan dapat dikatakan bahwa sistem yang digunakan tidak berguna.

2) *Increase productivity* (Menambah produktifitas)

Pemanfaatan sistem baru diharapkan dapat meningkatkan produktifitas pengguna.

3) *Enhance effectiveness* (Mempertinggi efektifitas)

Efektifitas kerja harus semakin meningkat seiring dengan penerapan sistem.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 114

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 148

4) *Useful* (Berguna)

Pengguna merasa terbantu dengan adanya suatu sistem akan menilai bahwa sistem yang digunakannya secara umum bermanfaat.

5) *Work more quickly* (Bekerja lebih cepat)

Suatu sistem baru dianggap bermanfaat apabila dapat memangkas waktu yang dibutuhkan untuk melakukan suatu pekerjaan.

6) *Job performance* (Kinerja kerja)

Sistem baru dapat dikatakan bermanfaat apabila dapat meningkatkan performa penggunaannya. Pengguna harus dapat memberikan kualitas pekerjaan yang lebih bagus.

3. Motivasi Spiritual

a. Pengertian Motivasi Spiritual

Motivasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.¹⁷ Sedangkan spiritual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin).¹⁸

Motivasi berasal dari Bahasa latin “*movere*” yang artinya dorongan atau menggerakkan. Motivasi ini sangat penting bagi pemasar/produsen karena motivasi adalah dorongan yang

¹⁷ KBBI daring, Definisi *Motivasi*, diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id pada tanggal 04 November 2021 pukul 7:49

¹⁸ KBBI daring, Definisi *Spiritual*, diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id pada 04 November 2021 pukul 7:57

menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Motivasi ini semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkannya secara optimum.¹⁹ Motivasi spiritual yang dikemukakan oleh Baharuddin bahwa motivasi spiritual merupakan motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat spiritual, seperti aktualisasi diri dan agama.²⁰ Dimensi aktualisasi diri didasarkan pada penelitian Maslow yaitu untuk memenuhi kebutuhan, sedangkan dimensi agama didasarkan pada konsep aqidah, ibadah dan muamalah. Seseorang yang mempunyai motivasi spiritual, maka dirinya akan semakin baik berpersepsi dan bersikap. Artinya semakin tinggi motivasi seseorang, maka akan semakin tinggi pula nilai dirinya dalam melakukan sesuatu dalam kehidupannya.²¹

Konsep Motivasi menurut Anita Rahmawaty dalam bukunya mengemukakan bahwa motivasi adalah dorongan. Dorongan itu dapat bersifat psikis, yang muncul sebagai akibat dari adanya kebutuhan, pengetahuan dan cita-cita dalam diri seseorang. Dorongan yang diakibatkan oleh kebutuhan itu dapat berbentuk fisik, psikis, bahkan spiritual. Kebutuhan-kebutuhan ini memerlukan pemuasan. Dalam rangka pemuasan kebutuhan itu, maka manusia bertingkah laku.

¹⁹ Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing Cara Jitu Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: IDEA Press, 2016), hlm. 4

²⁰ Baharuddin, *Paradigma Psikologi Islam: Studi tentang Elemen Psikologi dari al-Qur'an*, cet ke-2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 251

²¹ Alfiah Laila Afiyatin dan Cut Irda Puspitasari, *Public Motivation: Motivasi Spiritual Gaya Baru (Studi Deskriptif pada Motivator Muda Reno di Lembaga Internusa)*, Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah, Vol. 26 No. 1 Januari-Juni 2020, hlm. 150-169, diakses melalui <https://jurnal.ar-raniry.ac.id> pada tanggal 25 juni 2022.

Kebutuhan dasar manusia dapat disusun berdasarkan susunan dimensi jiwa manusia yang memiliki sifat dan kebutuhan dasar.²²

b. Aspek-Aspek Motivasi Spiritual

Menurut Anshari, motivasi spiritual seorang muslim terbagi menjadi tiga yaitu:²³

1) Motivasi Aqidah

Motivasi Aqidah ini menunjuk pada seberapa besar tingkat keyakinan muslim terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Isi dimensi keimanan mencakup iman kepada Allah, para Malaikat, Rasul-Rasul, kitab Allah, surga dan neraka serta *qadha* dan *qadar*.

2) Motivasi Ibadah

Motivasi Ibadah merupakan tata aturan illahi yang mengatur hubungan ritual langsung antara hamba Allah dengan tuhanNya yang tata caranya ditentukan secara rinci dalam Al-qur'an dan Sunnah Rasul.

3) Motivasi Muamalah

Motivasi Muamalah berarti mengatur kebutuhan manusia seperti: kebutuhan primer (kebutuhan pokok), sekunder (kesenangan) dengan kewajiban untuk dapat meningkatkan kinerja dan kebutuhan primer (kemewahan) yang dilarang oleh islam. Oleh

²² Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing Cara Jitu Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah, ...*, hlm. 20

²³Muafi, "Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan Terhadap Kinerja Religius, Studi Empiris: di Kawasan Rungkut Surabaya". *Jurnal Siasat Bisnis*, No. 8. Vol.1.(2003). Hlm.6.

karenanya manusia diharapkan dapat bekerja dan memproduksi sebagai bagian dari muamalah menuju tercapainya *rahmatan lil alamin*.

c. Karakteristik Motivasi Spiritual

1) Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri merupakan kebutuhan tertinggi dalam “*Need Hierarchy Theory*” Maslow. Maslow berpendapat bahwa manusia selalu dimotivasi oleh sejumlah kebutuhan dasar (*basic needs*) yang tersusun dalam suatu hierarki. Kebutuhan dasar itu terdiri dari lima jenjang, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan untuk menjadikan diri sendiri sebagai orang yang terbaik dengan memaksimalkan penggunaan kemampuan, keahlian dan potensi. Kebutuhan ini hadir dan termotivasi setelah kebutuhan-kebutuhan dasar sebelumnya telah terpenuhi.²⁴

Motivasi orang yang mengaktualisasikan diri merupakan motivasi untuk tumbuh atau metamotivasi dan bukan mengusahakan pemuasan kebutuhan-kebutuhan pokok saja. Mereka berkepribadian, berkembang, tumbuh dan menjadi dewasa, bukan

²⁴ Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing Cara Jitu Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: IDEA Press, 2016), hlm. 24

untuk suatu tujuan seperti meningkatkan status sosial, melainkan untuk mengungkapkan dan mengembangkan potensi.

2) Kebutuhan Agama

Tingkatan kebutuhan tertinggi dan terakhir, yaitu kebutuhan kepada agama. Kebutuhan ini merupakan implementasi dari sifat quds (suci) yang bersumber dari dimensi al-fitrah. Agama merupakan suatu sistem hidup yang komprehensif dan mencakup seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (mu'amalah).²⁵

Adapun karakteristik dari kebutuhan agama adalah sebagai berikut:

a) Niat ibadah

Motivasi merupakan kunci utama dalam melahirkan perbuatan atau perilaku manusia. Dalam konsep islam, peranan motivasi ini disebut dengan niat dan ibadah. Niat merupakan pendorong utama manusia untuk berbuat atau beramal, sedangkan ibadah adalah tujuan manusia berbuat atau beramal. perilaku manusia yang didasari dengan niat beribadah kepada Allah swt merupakan salah satu karakteristik penting dari motivasi agama yang dirumuskan dari penjabaran aqidah yang dilandasi oleh nilai tauhid.²⁶

²⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.3

²⁶ Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah*,,,,,, hlm. 29

b) Ibadah sebagai tujuan dalam berperilaku

Beribadah merupakan salah satu tugas manusia. Tugas beribadah ini berhubungan erat dengan tugas sebagai khalifah. Ibadah sebagai implementasi ketundukan dan kepatuhan kepada Allah, sedangkan khalifah sebagai implementasi kekuasaan yang bertanggung jawab dan pengelolaan yang ramah lingkungan.²⁷ Ibadah merupakan tujuan manusia dalam berbuat atau berperilaku, baik dalam perbuatan yang bertujuan untuk kepentingan akhirat maupun perbuatan atau aktivitas yang bersifat duniawi sehingga ibadah merupakan salah satu karakteristik penting dari motivasi agama.

c) Melakukan aktivitas sesuai dengan ajaran islam

Dalam melakukan suatu aktivitas, baik aktivitas yang bersifat ukhrowi, seperti sholat, puasa, zakat dan amal saleh lainnya maupun aktivitas yang bersifat duniawi, seperti jual beli, sewa-menyewa, dan lain-lain harus dilakukan sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai dalam Islam. Islam telah mengajarkan agar manusia menjalani kehidupannya secara benar. Ukuran baik buruk kehidupan manusia sesungguhnya diukur dari sejauh mana seorang manusia berpegang teguh kepada kebenaran. Seorang muslim yakin bahwa Islam adalah satu-satunya agama

²⁷ Baharuddin, *Paradigma Psikologi Islam : Studi tentang Elemen Psikologi dari al-Qur'an*, cet ke-2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 248

yang diridhai Allah. Islam telah mencakup seluruh ajaran kehidupan secara komprehensif. Maka setiap perbuatan manusia, baik ibadah maupun mu'amalah yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam merupakan salah satu karakteristik dari motivasi agama yang dirumuskan dari penjabaran konsep syari'ah (ibadah dan mu'amalah).²⁸

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan suatu aktivitas baik aktivitas ukhrawi maupun aktivitas duniawi seperti ibadah dan mu'amalah harus dilakukan berdasarkan syari'at Islam.

d) Memperoleh kesejahteraan di Dunia dan Akhirat (*falah*)

Pada dasarnya setiap manusia selalu menginginkan kehidupannya di dunia dalam keadaan Bahagia, baik secara material maupun spiritual. Kabahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*) dapat terwujud apabila terpenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia secara seimbang. Islam mendefinisikan kesejahteraan di dunia dan akhirat dengan istilah "*falah*" yaitu kesejahteraan holistik dan seimbang antara dimensi material-spiritual, individual-sosial dan kesejahteraan di dunia dan akhirat. Maka manusia harus menyeimbangkan terpenuhinya

²⁸ Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing Cara Jitu Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: IDEA Press, 2016), hlm. 30-31

kebutuhan material dan spiritual agar dapat mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat.²⁹

- e) Mempertimbangkan aspek masalah dalam mengkonsumsi barang atau jasa

Sebagaimana dikemukakan diatas bahwa pada dasarnya perilaku manusia bertujuan untuk memperoleh kesejahteraan di dunia dan akhirat. Untuk mewujudkan kesejahteraan di dunia dan akhirat, maka manusia selalu berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan-kebutuhannya. Tercukupinya kebutuhan manusia akan memberikan dampak yang disebut dengan masalah. Oleh karena itu, dalam melakukan suatu aktivitas mu'amalah, seorang konsumen muslim cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum, bukan mendapatkan *utility*.³⁰

4. Sikap Penggunaan

Sikap (*attitude*) adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap (*attitude*) menurut Fishbein dan Ajzen dalam buku Jogiyanto adalah sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala

²⁹ *Ibid.*, hlm. 31

³⁰ *Ibid.*, hlm. 31.

evaluative dua kutub, misalnya baik atau jelek; setuju atau menolak, dan lainnya.³¹

Sikap terhadap penggunaan (*Attitude toward using*) di definisikan oleh Davis et al. (1989) dalam buku Jogiyanto TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (*an individuals positive or negative feelings about performing the target behaviour*).³²

Sikap didefinisikan sebagai suatu penilaian seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional dimana tindakan lebih cenderung pada objek atau ide. Sikap dapat diartikan sebagai kesiapan seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau aktivitas.³³

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini berpengaruh secara positif ke niat perilaku (*behavioural intention*). Akan tetapi beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini tidak mempunyai pengaruh signifikan ke niat perilaku (*behavioural intention*).³⁴

³¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperlakuan*,..., hlm. 36

³² *Ibid.*, hlm. 116

³³ Zahriya Nurul Aini, Sri Budi Cantika Yuli, dan Rahman Hakim, "Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai di Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Surabaya", *IQTISHODIA, Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, Maret 2018. Diakses dari <http://www.ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/view/163/161>. tanggal 03 Januari 2022. hlm. 52

³⁴ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperlakuan*,..., hlm. 116

5. Perilaku Penggunaan

Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.³⁵

Perilaku (*behavior*) adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku (*behavior*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi informasi.³⁶

Karena penggunaan sesungguhnya tidak dapat di observasi oleh peneliti yang menggunakan daftar pernyataan, maka penggunaan sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pemakaian persepsian (*perceived usage*). Davis (1989) menggunakan pengukuran pemakaian sesungguhnya (*actual usage*), dan Igrabria et al. (1995) menggunakan pengukuran pemakaian persepsian (*perceived usage*) yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya. Szajna (1994) menyarankan pengguna menggunakan dilaporkan-sendiri (*self-reported usage*) sebagai pengganti penggunaan sesungguhnya (*actual usage*).³⁷

Penerimaan penggunaan terhadap sistem informasi dapat didefinisikan sebagai niat yang nampak dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut di sebuah Lembaga.

³⁵ KBBI daring, Definisi *Perilaku*, diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id tanggal 04 November 2021, pukul 7:54.

³⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi...*, hlm. 117

³⁷ *Ibid.* hlm. 117.

Kemajuan teknologi informasi yang pesat serta potensi pemanfaatannya secara luas, membuka peluang bagi pengaksesan, pengelolaan, dan pendayagunaan informasi dalam volume yang besar secara cepat dan akurat. Teknologi adalah satu ciri yang mendefinisikan hakikat manusia yaitu bagian dari sejarahnya meliputi keseluruhan sejarah.³⁸ Teknologi menurut Jones (2010:262), teknologi merupakan kombinasi keahlian, ilmu, kemampuan, teknik, material, mesin, komputer dan peralatan lain yang digunakan untuk merubah bahan mentah menjadi barang dan jasa yang bermanfaat. Dalam hal ini, teknologi merupakan kombinasi dari segala hal yang disebutkan di atas yang mampu memberikan pengaruh yang baik ataupun buruk tergantung dari bagaimana pemanfaatan teknologi tersebut.³⁹

Terdapat dua konstruk utama yang dapat mempengaruhi setiap perilaku pengguna sistem informasi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Kedua variabel tersebut dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna maka dengan melihat kemudahan dan manfaat penggunaan dapat dijadikan alasan bagi seseorang dalam berperilaku.⁴⁰

³⁸ Agus Irawan, *Teknologi Tepat Guna Industri Pedesaan*, (Solo: CV Aneka, 2000), hlm. 10.

³⁹ Deddy Mulyadi, *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan* (Konsep dan Aplikasi Administrasi, Manajemen & Organisasi Modern), (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 301.

⁴⁰ Heni Sukmawati, dkk, *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2021, hlm. 1856, diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id> pada tanggal 28 November 2021, pukul 09.04.

Perilaku membayar zakat adalah cara muzakki dalam melakukan kewajiban atas harta yang ada pada dirinya guna menunaikan kewajiban sebagai seorang muslim.⁴¹

Pembayaran zakat non tunai biasanya dilakukan melalui transfer bank maupun melalui scan QRIS yang sudah tersedia di setiap Lembaga pengelola zakat, baik Lembaga yang dibentuk oleh pemerintah seperti BAZNAS maupun Lembaga yang dibentuk oleh masyarakat seperti LAZ.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama dengan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian Skripsi Dina Siti Anggraeni Tahun 2018 dengan Judul “Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang”. Hasil penelitiannya menerangkan bahwa dengan adanya strategi via online dalam menghimpun dana zis, maka adanya kenaikan dalam penghimpunan di Laz ini. Metode fundraising via online mempermudah para muzakki dan donator dalam mengeluarkan zakat, infak dan sedekah dimanapun berada dan kapanpun ingin mengeluarkannya. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).⁴²

⁴¹ Zahriya Nurul Aini, Sri Budi Cantika Yuli, dan Rahman Hakim, *Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai di Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Surabaya*, IQTISHODIA, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, Maret 2018. Diakses dari <http://www.ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/view/163/161>. tanggal 03 Januari 2022.

⁴²Dina Siti Anggraeni, “Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang”, Skripsi, 2018, diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id> pada 30 Nov 2021, pukul 10.13.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur, yang mengemukakan bahwa *Technology Acceptance Model* (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *Fintech Gopay* selain itu, variabel persepsi manfaat dapat mempengaruhi persepsi kemudahan muzakki membayar zakat melalui *Fintech Gopay*.⁴³
3. Hasil penelitian yang di kemukakan oleh Heni sukmawati, Joni, Ari Farizal Rasyid dan Mega Rachma Kurniaputri, yang mengemukakan bahwa nasabah bank Syariah di Indonesia sebagai pengguna *mobile banking* telah memiliki kepercayaan yang tinggi sehingga nasabah dapat menerima dan menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil temuan dalam penelitian ini menyatakan bahwa nasabah bank umum syariah dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, dan intensi perilaku. Selain itu terdapat motivasi spiritual nasabah pengguna layanan karena terdapat dorongan dalam diri nasabah bahwa melakukan transaksi keuangan melalui *mobile banking* tidak melanggar aturan Syariah dan dapat mencapai maslahat atau kesejahteraan diri. Persamaan dengan peneliti adalah

⁴³ Afiful Ichwan, Ruslan Abdul Ghofur, *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2020, diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/1011/622>, tanggal 25 September 2021.

menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), perbedaan dengan peneliti adalah objek dalam penelitian.⁴⁴

C. Kerangka Pemikiran

Zakat merupakan ibadah dan kewajiban bagi seluruh umat muslim yang memiliki harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah swt supaya diserahkan harta tersebut kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*) oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (*muzaki*). Karena pada hakikatnya di balik harta yang kita miliki ada hak atas orang lain.

Pengelolaan zakat di Indonesia diatur oleh Undang-Undang No 23 Tahun 2011, dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa tujuan pengelolaan zakat yaitu untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat, serta meningkatkan manfaat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.⁴⁵ Pengelolaan zakat yang baik yaitu dengan pengelolaan zakat di Lembaga, baik lembaga yang dibentuk oleh pemerintah maupun lembaga yang dibentuk oleh masyarakat, sehingga penghimpunan zakat ini akan meningkat.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Perkembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh banyak Lembaga amil zakat salah satunya dimanfaatkan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Priangan Timur Kota Tasikmalaya untuk menghimpun dana zakat secara non

⁴⁴ Heni Sukmawati, dkk. *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2021, hlm. 1856, diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id> pada tanggal 28 November 2021.

⁴⁵ Republik Indonesia, Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

tunai yang menggunakan website sebagai sistem informasi dan internet sebagai medianya.

Tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi dalam membayar zakat non tunai di Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Priangan Timur Kota Tasikmalaya dapat diukur dengan salah satu teori yang dapat menggambarkan tingkat penerimaan terhadap teknologi yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM).

Perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya dari teknologi informasi. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Afiful Ichwan bahwa perilaku menggunakan teknologi informasi diawali dengan adanya persepsi mengenai manfaat kegunaan dan persepsi mengenai kemudahan.⁴⁶

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dapat diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.⁴⁷ Persepsi kegunaan ini dapat pula diukur dengan indikator meningkatkan produktifitas, membuat kerja yang lebih efektif dan mempercepat suatu pekerjaan. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto bahwa persepsi kegunaan ini dapat mempengaruhi terhadap minat dalam membayar zakat menggunakan E-zakat.⁴⁸

⁴⁶ Afiful Ichwan, *Pengaruh Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS, ...*, hlm. 67.

⁴⁷ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan, ...*, hlm. 114

⁴⁸ Puguh Kharisma & Prabowo Yudo Jayanto, *Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah*, AKSES, Jurnal Ekonomi dan

Selain persepsi kegunaan, berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Heni Sukmawati dkk, menyatakan bahwa terdapat motivasi spiritual nasabah pengguna layanan karena terdapat dorongan dalam diri nasabah bahwa melakukan transaksi keuangan melalui *mobile banking* tidak melanggar aturan Syariah dan dapat mencapai maslahat atau kesejahteraan diri.⁴⁹ Motivasi spiritual yang dikemukakan oleh Baharuddin bahwa motivasi spiritual merupakan motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat spiritual, seperti aktualisasi diri dan agama.⁵⁰

Motivasi spiritual pada dasarnya merupakan perilaku manusia yang bertujuan untuk memperoleh kesejahteraan di dunia dan akhirat. Untuk mewujudkan kesejahteraan di dunia dan akhirat, maka manusia selalu berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan-kebutuhannya. Tercukupinya kebutuhan manusia akan memberikan dampak yang disebut dengan maslahah. Motivasi spiritual berpengaruh terhadap perilaku pengguna teknologi melalui sikap penggunaan. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Heni Sukmawati dkk (2021) bahwa motivasi spiritual dapat berpengaruh terhadap perilaku penggunaan melalui intensi penggunaan.⁵¹

Bisnis, Vol. 16, No. 1, 2021. Diakses dari <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/4471>. Tanggal 05 Januari 2022.

⁴⁹ Heni Sukmawati, dkk. *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2021, hlm. 1856, diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id> pada tanggal 27 Januari 2022.

⁵⁰ Baharuddin, *Paradigma Psikologi Islam : Studi tentang Elemen Psikologi dari al-Qur'an*, cet ke-2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 248

⁵¹ Heni Sukmawati, dkk. *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2021, hlm. 1856, diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id> pada tanggal 27 Januari 2022.

Sikap penggunaan, menurut jogiyanto dalam bukunya mengemukakan bahwa hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini berpengaruh secara positif ke niat perilaku (*behavioural intention*). Akan tetapi beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini tidak mempunyai pengaruh signifikan ke niat perilaku (*behavioural intention*).⁵² Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Ni Nyoman dkk, menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan.⁵³

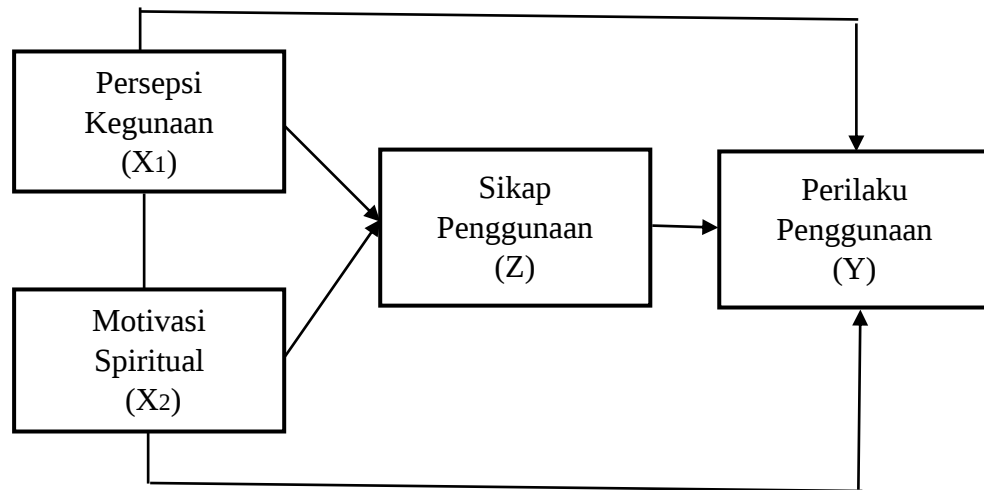
Sikap penggunaan ini berbentuk penerimaan dan penolakan seorang muzakki atau donatur dalam menggunakan teknologi yang tersedia di lembaga amal zakat untuk membayar zakat non tunai, sehingga dengan adanya pembayaran zakat melalui non tunai ini akan meningkatkan penghimpunan dana zakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Uke Prajogo bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan teknologi melalui sikap penggunaan.⁵⁴

Berdasarkan pernyataan diatas, bahwa persepsi kegunaan (X1) dan motivasi spiritual (X2) dapat mempengaruhi perilaku penggunaan (Y) dan Sikap Penggunaan (Z) sebagai variabel *intervening*.

⁵² Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*,..., hlm. 116

⁵³ Ni Nyoman Kerti Yasa, dkk, *The Application of Technology Acceptance Model on Internet Banking Users in The City of Denpasar*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2014, hlm. 100, diakses dari <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id> pada tanggal 02 Februari 2022.

⁵⁴ Uke Prajogo, *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap penggunaan teknologi marketplace dengan Attitude sebagai variabel intervening (studi pada UMKM di Kota Malang)*, Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika, Vol. 7 No. 1 Tahun 2021, hlm. 62-68



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang diuraikan di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H_{a1} : Variabel persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₁ : Variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H_{a2} : Variabel motivasi spiritual berpengaruh terhadap sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₂ : Variabel motivasi spiritual tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.

- H_{a3} : Variabel persepsi kegunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₃ : Variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H_{a4} : Variabel motivasi spiritual berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₄ : Variabel motivasi spiritual tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H_{a5} : Variabel sikap penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₅ : Variabel sikap penggunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H_{a6} : Variabel persepsi kegunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan melalui sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H₀₆ : Variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan melalui sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.
- H_{a7} : Variabel motivasi spiritual berpengaruh terhadap perilaku penggunaan melalui sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.

H₀₇ : Variabel motivasi spiritual tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan melalui sikap penggunaan dalam membayar zakat non tunai.