

**DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN *PLATFORM CROWDFUNDING*
DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) *UNIFIED*
*THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 (UTAUT3)***



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

OLEH:

MUHAMMAD AGUS FUTUHUL MA'WA

NIM: 21208012021

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

**DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN *PLATFORM CROWDFUNDING*
DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) *UNIFIED*
*THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 (UTAUT3)***



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

OLEH:

MUHAMMAD AGUS FUTUHUL MA'WA
NIM: 21208012021

PEMBIMBING:

DR. JEIHAN ALI AZHAR, S.SI., M.E.I
NIP: 19871207 201903 1 009

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1832/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN PLATFORM CROWDFUNDING DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 (UTAUT3)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD AGUS FUTUHUL MA'WA, S.SOS
Nomor Induk Mahasiswa : 21208012021
Telah diujikan pada : Jumat, 15 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I
SIGNED

Valid ID: 6583f7737910d



Penguji I

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6583f2156d98b



Penguji II

Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6582e54894fb5



Yogyakarta, 15 Desember 2023

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6583f215689a6

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Muhammad Agus Futuhul Ma'wa
Kepada;
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Muhammad Agus Futuhul Ma'wa

NIM : 21208012021

Judul Tesis : **DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN PLATFORM CROWDFUNDING DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS): UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 (UTAUT3)**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 November 2023

Pembimbing,

DR. JIHAN ALI AZHAR, S.SI., M.E.I

NIP: 19871207 201903 1 009

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Agus Futuhul Ma'wa
NIM : 21208012021
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis saya yang berjudul: **Determinan Niat Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT3)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung pelanggaran dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau tulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 November 2023

Yang Menyatakan,




Muhammad Agus Futuhu Ma'wa
NIM 21208012021

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Agus Futuhul Ma'wa

NIM : 21208012021

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Tesis

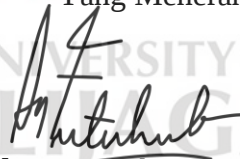
Demi membangun ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya yang ilmiah yang berjudul:

“DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN PLATFORM CROWDFUNDING DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 (UTAUT3)”

Beserta pangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Yogyakarta, 16 November 2023
Yang Menerangkan,


Muhammad Agus Futuhul Ma'wa
NIM 21208012021

MOTTO

Q.S. AL-Bayyinah Ayat 5

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ خُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ
وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya : "Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar)".

H.R. Bukhori No. 4.682

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

Artinya : "Sesungguhnya amal tergantung niatnya, dan setiap orang hanya mendapatkan sesuai niatnya".

Kaidah Fiqih

الْمُحَافَظَةُ عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلَحِ

Artinya : "Mempertahankan nilai-nilai lama yang baik dan menginovasikan nilai-nilai baru yang lebih baik."

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, juga almamater tercinta
Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543.b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṣā'	ṣ	es (dengan titik atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zā'	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Ghain	gh	ge
ف	Fā’	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāw	w	we
هـ	Hā’	h	ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Yā’	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

Kata Arab	Ditulis
مُدَّة مُتَعَدَّة	<i>muddah muta‘ddidah</i>
رَجُلٌ مُتَقَنَّ مُتَعَيِّن	<i>rajul mutafannin muta‘ayyin</i>

C. Vokal Pendek

Ḥarakah	Ditulis	Kata Arab	Ditulis
Fathah	a	مَنْ نَصَرَ وَقَتَلَ	<i>man naṣar wa qatal</i>
Kasrah	i	كَمْ مِنْ فِئَةٍ	<i>kamm min fi’ah</i>
Ḍammah	u	سُدُسٌ وَخُمْسٌ وَثُلُثٌ	<i>sudus wa khumus wa ṣulus</i>

D. Vokal Panjang

<i>Ḥarakah</i>	Ditulis	Kata Arab	Ditulis
<i>Fatḥah</i>	ā	فَتَّاح رَزَّاق مَنَّان	<i>fattāḥ razzāq mannān</i>
<i>Kasrah</i>	ī	مَسْكِين وَفَقِير	<i>miskīn wa faqīr</i>
<i>Dammah</i>	ū	دُخُول وَخُرُوج	<i>dukhūl wa khurūj</i>

E. Huruf Diftong

Kasus	Ditulis	Kata Arab	Ditulis
<i>Fatḥah</i> bertemu <i>wāw</i> mati	aw	مَوْلُود	<i>maulūd</i>
<i>Fatḥah</i> bertemu <i>yā'</i> mati	ai	مُهَيْمِن	<i>muḥaimin</i>

F. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata

Kata Arab	Ditulis
أَنْتُمْ	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ لِلْكَافِرِينَ	<i>u'iddat li al-kāfirīn</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	<i>la'in syakartum</i>
إِعَانَةُ الطَّالِبِينَ	<i>i'ānah at-tālibīn</i>

G. Huruf *Tā' Marbūṭah*

1. Bila dimatikan, ditulis dengan huruf “h”.

Kata Arab	Ditulis
زَوْجَةٌ جَزِيلَةٌ	<i>zaujah jazīlah</i>
جَزِيَةٌ مُحَدَّدَةٌ	<i>jizyah muḥaddadah</i>

Keterangan:

Ketentuan ini tidak berlaku terhadap kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya, kecuali jika dikehendaki lafal aslinya.

Bila diikuti oleh kata sandang “*al-*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “*h*”.

Kata Arab	Ditulis
تكملة المجموع	<i>takmilah al-majmū‘</i>
حلاوة المحبة	<i>ḥalāwah al-maḥabbah</i>

2. Bila *tā’ marbūṭah* hidup atau dengan *ḥarakah* (*fatḥah*, *kasrah*, atau *ḍammah*), maka ditulis dengan “*t*” berikut huruf vokal yang relevan.

Kata Arab	Ditulis
زكاة الفطر	<i>zakātu al-ḥiṭri</i>
إلى حضرة المصطفى	<i>ilā ḥaḍrati al-muṣṭafā</i>
جلالة العلماء	<i>jalālata al-‘ulamā’</i>

H. Kata Sandang *alif* dan *lām* atau “*al-*”

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah*:

Kata Arab	Ditulis
بحث المسائل	<i>baḥṣ al-masā’il</i>
المحصول للغزالي	<i>al-maḥṣūl li al-Ghazālī</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan menggandakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf “*l*” (*el*)-nya.

Kata Arab	Ditulis
إعانة الطالبين	<i>i‘ānah aṭ-ṭālibīn</i>

الرسالة للشافعي	<i>ar-risālah li asy-Syāfi 'ī</i>
شذرات الذهب	<i>syazarāt az-żahab</i>



KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT karena dengan Rahmat, Hidayat serta Inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam selalu terpanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata dua. Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini dikarenakan keterbatasan dan kekurangan penulis, namun tidak bisa dipungkiri bahwa bantuan pihak-pihak terkait sangat membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah
4. Bapak Dr. H. Slamet Haryono, S.E, M.SI, selaku dosen akademik
5. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.SI., M.E.I Pembimbing Tesis yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan berupa arahan, kritik, saran, dan motivasi untuk menyelesaikan Tesis ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing kami semasa studi.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
8. Orang tua peneliti Bapak Munasir Cahyadi, Ibu Siti Kosiyah dan adik Lilis Sa'adatun Ni'mah selaku keluarga yang selalu mendoakan, memotivasi, menyemangati dengan penuh cinta dan kasih sayangnya.

9. Keluarga Bani Suradi dan Bani Kasmiran yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil.
10. Teman-teman Magister Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Genap yang telah berjuang bersama.
11. Dan semua pihak yang telah memberi bantuan peneliti dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya. Di samping itu, penulis masih menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ada banyak kekurangan, sehingga kritik saran membangun dari pembaca akan sangat dihargai penyusun. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat. Semoga selalu sehat dan selalu dalam kebaikan.

Yogyakarta, 16 November 2023
Peneliti,



Muhammad Agus Futuhul Ma'wa
NIM 21208012021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan	13
 BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 14
A. Landasan Teori	14
1. <i>Crowdfunding</i>	14
2. Zakat, Infak dan Sedekah	18
3. Pemasaran Syariah.....	24
4. Perkembangan Model Adopsi Penerimaan Teknologi Informasi	25
5. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3)</i> ...	25
B. Kajian Pustaka.....	30
C. Pengembangan Hipotesis	40
1. <i>Performance Expectancy (PE)</i> / Ekspektasi Kinerja terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku.....	40
2. <i>Effort Expectancy (EE)</i> / Ekspektasi Usaha terhadap <i>Behavioral</i> <i>Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	41
3. <i>Social Influence (SI)</i> / Pengaruh Sosial terhadap <i>Behavioral Intention</i> <i>(BI)</i> / Niat Berperilaku	43
4. <i>Facilitating Condition (FC)</i> / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku.....	44
5. <i>Facilitating Condition (FC)</i> / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap <i>Use</i> <i>Behavior (UB)</i> / Perilaku Penggunaan	45
6. <i>Hedonic Motivation (HM)</i> / Motivasi Penggunaan terhadap <i>Behavioral</i>	

<i>Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	45
7. <i>Price Values (PV)</i> / Nilai Harga terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	46
8. <i>Habit (H)</i> / Kebiasaan terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	47
9. <i>Habit (H)</i> / Kebiasaan terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> / Perilaku Penggunaan.....	48
10. <i>Personal Innovativeness (PI)</i> / Inovasi Personal terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	49
11. <i>Personal Innovativeness (PI)</i> / Inovasi personal terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> / Perilaku Penggunaan	50
12. <i>Behavior Intention (BI)</i> / Niat Perilaku terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> / Perilaku Penggunaan	51
D. Kerangka Pemikiran	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Jenis Data	53
C. Teknik Pengumpulan Data	53
D. Populasi dan Sampel	55
E. Operasional Variabel	56
F. Teknik Analisis Data	60
G. Model Matematik	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Gambaran Umum	67
1. Penggunaan <i>Platform crowdfunding</i> di Indonesia	67
2. Profil Kitabisa.com	68
B. Ruang Lingkup	70
C. Analisis Deskriptif.....	70
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Provinsi	72
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Generasi	74
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	77
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	78
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan	78
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Donasi	79
9. Item Pertanyaan Variabel dan Frekuensi Jawaban Responden	80
D. Analisis Hasil Hipotesis	83
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	89
E. Pembahasan Hasil Penelitian	94
1. <i>Performance Expectancy (PE)</i> / Ekspektasi kinerja terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> / Niat Berperilaku	94
2. <i>Effort Expectancy (EE)</i> / Ekspektasi usaha terhadap <i>Behavioral</i>	

<i>Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	96
3. <i>Social Influence</i> (SI) / Pengaruh Sosial terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku.....	97
4. <i>Facilitating Condition</i> (FC) / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	99
5. <i>Facilitating Condition</i> (FC) / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap <i>Use Behavior</i> (UB) / Perilaku Penggunaan	100
6. <i>Hedonic Motivation</i> (HM) / Motivasi Hedonis terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	102
7. <i>Price Value</i> (PV) / Nilai harga terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	103
8. <i>Habit</i> (H) / Kebiasaan terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	104
9. <i>Habit</i> (H) / Kebiasaan terhadap <i>Use Behavior</i> (UB) / Perilaku Penggunaan.....	105
10. <i>Personal Innovativeness</i> (PI) / Inovasi personal terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku	107
11. <i>Personal Innovativeness</i> (PI) / Inovasi personal terhadap <i>Use Behavior</i> (UB) / Perilaku Penggunaan	109
12. <i>Behavioral Intention</i> (BI) / Niat Berperilaku terhadap <i>Use Behavior</i> (UB) / Perilaku Penggunaan	110
BAB V KESIMPULAN	114
A. KESIMPULAN	114
B. IMPLIKASI.....	118
C. SARAN	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	130

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Crowdfunding</i>	15
Gambar 2.2 Kerangka Teori UTAUT3	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan audit platform kitabisa.com tahun 2020	4
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	54
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Alamat Provinsi Tinggal.....	72
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia dan Generasi	75
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	76
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	77
Tabel 4.6 Data Responden Berdasar Pendapatan.....	78
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Platform <i>crowdfunding</i> Kitabisa.com	79
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Jenis Donasi	79
Tabel 4.9 Item Pertanyaan Variabel dan Frekuensi Jawaban Responden.....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Convergent Validity Loadings Factor</i> dan AVE	85
Tabel 4.11 Nilai Fornell-Larcker Criterion	87
Tabel 4.12 <i>Cross Loading</i>	87
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	89
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>R-Square</i> (R^2)	90
Tabel 4.15 Hasil <i>Path Coefficient</i>	91
Tabel 4.16 Hasil Ringkasan Pengujian Hipotesis	111

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Perkembangan industri digital terus berkembang pesat, *platform crowdfunding* sebagai alternatif cara membuat pembayaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) menjadi jembatan kebaikan dan sarana gotong royong masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi determinan niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) di Indonesia. Menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT3) Terdapat 8 variabel dependen yaitu *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Condition (FC)*, *Hedonic Motivation (HM)*, *Price Value (PV)*, *Habit (H)*, *Personal Innovativeness (PI)* dan 2 variabel independen yaitu *Behavioral Intention (BI)* dan *Use Behavior (UB)*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model persamaan struktural – *partial least square* (SEM-PLS). Data yang digunakan adalah data primer kuantitatif. Data diperoleh dari 265 responden dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban. Data di analisis dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3. Hubungan yang diuji ada dua, yaitu hubungan pengukuran dan hubungan struktural. Hasil analisis menunjukkan 6 hipotesis berpengaruh dan 6 hipotesis berpengaruh terhadap niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS).

Kata Kunci: Urut Dana, Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), UTAUT3

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The development of the digital industry continues to grow rapidly, and the crowdfunding platform as an alternative way of making zakat, infaq, and alms (ZIS) payments is a bridge of goodness and a means of mutual cooperation for the people of Indonesia. This study aims to identify the determinants of intention to use a crowdfunding platform to pay zakat, infaq, and alms (ZIS) in Indonesia. Using the theory of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3), There are 8 dependent variables: performance expectation (PE), Effort expectation (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), Habit (H), Personal Innovativeness (PI), and 2 independent variables: behavioral intention (BI) and Use Behavior (UB). Data analysis was performed using a structural equation model, partial least squares (SEM-PLS). The data used is quantitative primary data. Data were obtained from 265 respondents by distributing questionnaires using a Likert scale with five answer choices. The data were analyzed with the help of the SmartPLS 3 application. There were two relationships tested, namely the measurement relationship and the structural relationship. The results of the analysis show that six hypotheses have an effect, and six hypotheses have an effect on the intention to use the crowdfunding platform to pay zakat, infaq, and alms (ZIS).

Keywords: Crowdfunding, Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), UTAUT3

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perindustrian digital selalu berkembang sangat pesat dan cepat, semakin banyak layanan digital yang ditawarkan kepada pengguna. Salah satu layanan yang berbentuk digital sedang naik daun di Indonesia adalah *crowdfunding* (Sentanoe & Oktavia, 2022). *Crowdfunding* menjadi semakin penting bagi orang, lembaga dan layanan pemerintah untuk mendapatkan uang dengan cepat dan efektif. *Crowdfunding* adalah cara orang mengumpulkan uang untuk proyek dan ide tertentu, yang didasarkan pada penghargaan, ekuitas, pinjaman, dan sumbangan. Orang berperan serta ikut mendukung dengan memberikan uangnya (Bakri *et al.*, 2021).

Meskipun *crowdfunding* dianggap sebagai metode pendanaan alternatif dengan persyaratan yang lebih sedikit, mendapatkan pendanaan dari *crowdfunding* lebih mudah diucapkan daripada dilakukan. Salah satu masalah *crowdfunding* adalah tingkat keberhasilan yang rendah, hanya 30%-55%. Tingkat keberhasilan yang rendah dapat berdampak negatif bagi para pemangku kepentingan, seperti penggalang dana dan pemilik *platform*. Untuk penggalang dana, tingkat keberhasilan yang rendah berarti mereka memiliki peluang lebih rendah untuk mendapatkan dana. Bagi pemilik *platform*, tingkat keberhasilan yang rendah dapat mengganggu mereka. *Stakeholder crowdfunding* harus mengatasi masalah tingkat keberhasilan yang rendah ini,

dan salah satu caranya adalah mempelajari motif di balik niat pengguna untuk menggunakan layanan *crowdfunding* (Sentanoe & Oktavia, 2022).

Crowdfunding berbasis donasi digunakan sebagai metode kampanye untuk mendapatkan uang terkait kegiatan sosial dengan memanfaatkan adanya perkembangan teknologi, agar menjangkau para pemberi dana secara luas (Indarningsih *et al.*, 2023). *Crowdfunding* berbasis donasi tidak memberikan imbalan apa pun kepada para investor atas investasi yang mereka berikan. Hal ini berarti bahwa motivasi pengguna layanan ini mungkin bukan semata-mata untuk memperoleh keuntungan finansial, melainkan lebih cenderung terkait dengan niat sosial atau kegiatan amal (Sentanoe & Oktavia, 2022). Dalam konteks pengumpulan atau penggalangan dana zakat, infak, dan sedekah secara digital di Indonesia, *crowdfunding* digunakan sebagai salah satu bentuk cara yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Organisasi pengumpul zakat (OPZ) di negara ini menerapkan *crowdfunding* sebagai metode inovatif untuk mempermudah dan meningkatkan efisiensi dalam menghimpun dana amal, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin merata di masyarakat (Ma'wa & Surohman, 2021).

Dengan fakta empiris yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki jumlah populasi masyarakat muslim terbesar di dunia, negara ini memiliki potensi besar dalam memanfaatkan kekayaan demografi tersebut untuk berbagai aspek pembangunan dan pengembangan, termasuk potensi ekonomi, sosial, dan keagamaan (World Population Review, 2023). Indonesia memiliki

potensi melalui pengumpulan dana sosial keagamaan Islam, seperti Zakat, Infak, dan Sedekah, sebanyak 87,20 persen dari populasi muslim di Indonesia berpartisipasi aktif untuk mencapai kesetaraan sosial dan ekonomi. Terdapat fakta menarik bahwa selain memiliki populasi muslim terbesar, Indonesia juga memegang predikat sebagai negara paling dermawan. Dengan mempertahankan posisi teratas selama enam tahun berturut-turut, Indonesia mencapai indeks dermawan sebesar 68%, yang secara keseluruhan tetap stabil. Sejak tahun 2020 dengan skor 69%, negara ini menunjukkan kontribusi terbesar (84%) dan tingkat sukarelawan (63%) yang tinggi dari seluruh populasi (CAF *World Giving Index*, 2022).

Dalam upaya untuk mengambil peluang dari potensi yang ada, langkah diambil dengan mengintegrasikan pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) menggunakan teknologi. Tujuan utamanya adalah untuk mengoptimalkan penggalangan dana ZIS, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat secara efisien melalui pemanfaatan teknologi modern (Afandi, 2019). Ada banyak *platform crowdfunding* di Indonesia, seperti Kitabisa.com didirikan tahun 2013 sebagai pelopor *platform* donasi digital di Indonesia, Selain itu *platform* donasi lain bernama WeCare.id yang sejak 2015, SharingHappines.org didirikan tahun 2017. Ada penelitian yang menerangkan kitabisa.com dipilih dikarenakan sebagai *platform crowdfunding* yang terkenal dan kredibel di negara Indonesia. Didirikan pada tahun 2013, dalam bentuk *website* dan aplikasi, Platform Kitabisa.com telah menjadi jembatan silaturahmi dan wadah gotong royong

antar masyarakat Indonesia. Situs web Kitabisa.com telah menjadi wadah kedermawanan bagi lebih dari 6 juta individu yang memberi dengan 100.000 kampanye penggalangan dana, 3.000 badan amal/LSM/lembaga sosial dan 250 program CSR/merek/perusahaan (Kitabisa.com, 2023). Berdasarkan data penelitian yang dilakukan Gopay Kopernik (2020) *Platform crowdfunding* paling sering digunakan adalah yang dianggap kredibel dan menyediakan sistem pembayaran yang mudah, menciptakan pengalaman yang terpercaya dan nyaman bagi para pengguna; Kitabisa (71%), WeCare (4%), Benih Baik (3%), Sharing Happiness (1%), dan *platform* Lainnya (8%) serta tidak berdonasi melalui *platform* donasi digital (14%).

Tabel 1.1 Laporan audit *platform* kitabisa.com tahun 2020

No	Kategori	Nominal (Milyar)
1	Bantuan Medis dan Kesehatan	289
2	Kemanusiaan	139
3	Bencana Alam	91
4	Kegiatan Sosial	76
5	Lainnya	240
	Total	835

Sumber: Kitabisa.com (2023)

Berdasarkan Laporan audit kitabisa.com tahun 2020, Kitabisa.com sudah menyalurkan dana sebesar 835 Milyar yang disalurkan di bidang Bantuan Medis dan Kesehatan 289 Milyar, Kemanusiaan 139 Milyar, Bencana Alam 91 Milyar, Kegiatan Sosial 76 Milyar, dan Lainnya 240 Milyar (Kitabisa.com, 2023).

Banyak manfaat yang telah disalurkan melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com. Adanya strategi pemasaran syariah untuk pengumpulan zakat, infak, dan sedekah melalui *platform* ini menjadi langkah yang sesuai dengan

prinsip syariah Islam. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar zakat, infak, dan sedekah melalui metode yang transparan, efisien, dan sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Dengan memanfaatkan pemasaran syariah, diharapkan dapat lebih memotivasi dan melibatkan masyarakat dalam berkontribusi untuk kegiatan amal yang berdampak positif pada kesejahteraan umum (Siti Kalimah, 2019).

Dalam menggagas integrasi teknologi untuk pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS), penerapan model UTAUT3 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3*) menjadi relevan. Model ini merangkum faktor-faktor kunci yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi, dan ketika diterapkan pada tema ZIS, dapat memberikan wawasan mendalam mengenai aspek-aspek seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan, manfaat antisipatif, dan pengaruh norma sosial. Melalui integrasi teknologi yang terpercaya dan mudah digunakan dalam platform crowdfunding ZIS, diharapkan dapat memperkuat partisipasi masyarakat dalam memberikan kontribusi untuk kegiatan amal Islam, membuka pintu bagi potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial.

UTAUT3 dikembangkan oleh Farooq et al. (2017), merupakan sebuah model terbaru untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Pada UTAUT3 terdiri dari 8 faktor, yaitu: *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), *Habit* (H), *Personal Innovativeness* (PI). Model UTAUT3 merupakan kombinasi dari

delapan model yang dinyatakan berhasil dikembangkan sebelumnya. Teori-teori penerimaan tersebut adalah yaitu TAM oleh Davis (1989), UTAUT oleh Venkatesh *et al.*, (2003) dan UTAUT2 oleh Venkatesh (2012). Model UTAUT menunjukkan bahwa niat untuk berperilaku *Behavioral Intention* (BI) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi *Use Behavior* (UB) dipengaruhi oleh *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), *Habit* (H), *Personal Innovativeness* (PI).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji variabel atau faktor penentu niat pengguna dalam menggunakan layanan *crowdfunding* sebagai penyandang dana. Hasil pada penelitian ini diharapkan dimanfaatkan sebagai referensi, baik bagi pemilik *platform* maupun penggalang dana. Untuk mengembangkan layanan dan kampanye *platform crowdfunding* yang lebih baik menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (selanjutnya disingkat UTAUT3).

Penelitian sebelumnya yang menganalisis tentang *crowdfunding* donasi dan UTAUT3 menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Suo *et al.* (2022), menunjukkan bahwa ekspetasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku untuk mengadopsi pembayaran mobile QR-code. Sedangkan penelitian Moon & Hwang (2018), menerangkan *performance expectations* (PE) tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan *crowdfunding*. Jika dibandingkan dengan *crowdfunding* yang dilakukan di bidang lain, hasil ini menunjukkan bahwa *crowdfunding* untuk teknologi

tepat guna lebih mirip dengan donasi. Oleh karena itu, agar pendanaan proyek-proyek ini berhasil, pemaparan *online* yang agresif menggunakan layanan jejaring sosial (SNS) dari para pendukung harus dilakukan sejak tahap awal pendanaan (Faridhal, 2019).

Berbeda dengan penelitiannya Islam *et al.* (2021), Hasil menerangkan bahwa *performance expectations (PE)*, *effort expectations (EE)*, *social influence (SI)*, *facilitating conditions (FC)* dan *trust (T)* yang dirasakan berdampak signifikan terhadap *behavioral intentions (BI)* pengusaha untuk mengadopsi *crowdfunding* niat pengusaha untuk mengadopsi crowdfunding, menggunakan model *Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology* (UTAUT) dengan ekstensi. Sebaliknya, kepercayaan yang dirasakan tidak ditemukan sebagai penentu yang signifikan. Sedangkan ketercobaan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku penggunaan atau penggunaan aktual, sedangkan tidak ada hubungan signifikan yang teridentifikasi antara niat perilaku (BI) dan perilaku penggunaan (UB).

Penelitian Azam *et al.* (2019) menerangkan untuk menilai kelayakan *Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology 3* (UTAUT3) dalam memahami penerimaan dosen terhadap lingkungan belajar virtual (VLE) di universitas negeri Sri Lanka. Terungkap bahwa ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi upaya (EE), memfasilitasi kondisi (FC), kebiasaan (HB) dan motivasi hedonis (HM) adalah pengaruh yang signifikan dari penerimaan dosen terhadap *Learning Environment Virtual* (VLE). Sedangkan, Pengaruh

Sosial dan Inovasi Pribadi dalam TI (PI) bukan prediktor signifikan penerimaan *Learning Environment Virtual* (VLE) dalam konteks ini.

Penelitian sebelumnya tentang unsur-unsur yang menentukan niat membayar zakat telah dilakukan. Namun, masih banyak variasi atau kontradiksi dalam hasil penyelidikan sebelumnya. Kajian ini berupaya mengembangkan kajian-kajian terdahulu yang berkaitan dengan minat membayar ZIS dengan menggunakan *platform crowdfunding*.

Dari beberapa uraian di atas yang melatarbelakangi dan adanya indikasi *research gap*, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN PLATFORM CROWDFUNDING DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3* (UTAUT3)”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah model UTAUT3 dalam menentukan niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi kepada donator, penggalang dana, lembaga filantropi dan pemilik platform *crowdfunding* donasi serta masyarakat Indonesia, dalam memahami penggunaan pembayaran ZIS secara digital, sekaligus menyebarkan literasi penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar ZIS.

B. Rumusan Masalah

Sesuai uraian yang ada di latar belakang, diperoleh beberapa rumusan masalah antara lain:

1. Apakah *Performance Expectancy (PE)* / Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
2. Apakah *Effort Expectancy (EE)* / Ekspektasi usaha berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
3. Apakah *Social Influence (SI)* / Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
4. Apakah *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
5. Apakah *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
6. Apakah *Hedonic Motivation (HM)* / Motivasi Hedonis berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
7. Apakah *Price Value (PV)* / Nilai harga berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?

8. Apakah *Habit (H)* / Kebiasaan berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
9. Apakah *Habit (H)* / Kebiasaan berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
10. Apakah *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
11. Apakah *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?
12. Apakah *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah tersebut, memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis *Performance Expectancy (PE)* / Ekspektasi kinerja terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.

2. Menganalisis *Effort Expectancy (EE)* / Ekspektasi usaha terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
3. Menganalisis *Social Influence (SI)* / Pengaruh Sosial terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
4. Menganalisis *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
5. Menganalisis *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
6. Menganalisis *Hedonic Motivation (HM)* / Motivasi Hedonis terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
7. Menganalisis *Price Value (PV)* / Nilai harga terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
8. Menganalisis *Habit (H)* / Kebiasaan terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.

9. Menganalisis *Habit (H)* / Kebiasaan terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
10. Menganalisis *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
11. Menganalisis *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.
12. Menganalisis *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui *platform crowdfunding*.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan pada penelitian ini mampu berkontribusi dan memberikan kemanfaatan untuk pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi peneliti, untuk memperluas pengetahuan dan kreativitas dalam mengembangkan adopsi teknologi informasi dibidang zakat, infak dan sedekah.
2. Bagi lembaga organisasi Pengumpul Zakat (OPZ) memberikan informasi penting terkait penggunaan *platform crowdfunding*. Selain itu, sebagai bahan evaluasi lembaga dalam mengoptimalkan potensi dan pendapatan penghimpun di Indonesia.

3. Bagi akademisi, sebagai pengembangan bahan ajar dan referensi kelilmuan. Sekaligus sebagai referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bidang ini.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun berdasarkan bab guna mempermudah pembaca dalam memahami konteks penelitian ini. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Bagian pendahuluan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan, tujuan penelitian, manfaat, dan metodologi pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA, Bagian ini menjelaskan landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka teori, perumusan hipotesis, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN, Bagian ini menjelaskan jenis penelitian, populasi, sampel, teknik sampling, data penelitian, operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Bagian ini memaparkan hasil analisis data penelitian yaitu uji validitas, reliabilitas dan uji hipotesis.

BAB V PENUTUP, Bagian ini menjelaskan simpulan dari pembahasan dan memuat saran bagi pihak yang berkaitan dengan bidang ini.

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini yang terkait determinan niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar ZIS, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* (PE) / Ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Performance Expectancy* (PE) / Ekspektasi tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Hal ini dikarenakan individu memiliki kompetensi teknologi, sehingga ada atau tidaknya manfaat yang dirasakan tidak mempengaruhi pilihan untuk memanfaatkan situs *crowdfunding* untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS).
2. *Effort Expectancy* (EE) / Ekspektasi usaha berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Effort Expectancy* (EE) / Ekspektasi usaha akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). *Effort Expectancy* (EE) / Ekspektasi usaha pemanfaatan teknologi membuat kehidupan seorang

individu menjadi lebih sederhana, mudah, ramah untuk digunakan, dan berkurangnya interaksi dari ketergantungan manusia akan menimbulkan persepsi tentang teknologi dan selanjutnya meningkatkan niat dan adopsi suatu teknologi.

3. *Social Influence (SI)* / Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Social Influence (SI)* / Pengaruh Sosial tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Hal ini bisa disebabkan karena masyarakat sudah mulai terbiasa dengan sosial media dan teknologi, dimana dalam sebuah *platform* digital, lembaga amil zakat sudah menyiapkan berbagai fitur yang bisa diakses dengan gratis oleh masyarakat.
4. *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Social Influence (SI)* / Pengaruh Sosial tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Bahwa sebagai generasi yang sudah melek *technology* sehingga kedua faktor ini bukan menjadi hal yang utama.
5. *Facilitating Condition (FC)* / Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Facilitating Condition (FC)* /

Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Karena kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap adopsi teknologi, Hubungan tersebut dapat dikaitkan dengan fakta bahwa sifat dari fasilitas yang dibutuhkan dalam konteks teknologi keuangan, seperti akses internet, adalah aspek fundamental bagi pengguna untuk mendapatkan layanan yang lancar, aman, dan kemudahan akses ke layanan keuangan

6. *Hedonic Motivation (HM)* / Motivasi Hedonis tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Hedonic Motivation (HM)* / Motivasi Hedonis tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Dengan tampilan dan fitur yang ditingkatkan, diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan dan kenyamanan pegawai menggunakan sistem.
7. *Price Value (PV)* / Nilai harga tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Price Value (PV)* tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Hal ini bisa disebabkan karena nilai harga / biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang didapatkan tidak sesuai. Dalam konteks *platform crowdfunding* nilai harga / biaya yang dikeluarkan adalah biaya admin bank dan biaya admin *platform*.

8. *Habit (H)* / Kebiasaan berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Habit (H)* / Kebiasaan akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Hal ini bisa disebabkan karena masyarakat sudah mulai terbiasa menggunakan teknologi sehari-hari.
9. *Habit (H)* / Kebiasaan berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Habit (H)* / Kebiasaan akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Kebiasaan adalah apakah kerutinan yang terus dilakukan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat terus memberi ketagihan untuk terus menggunakan teknologi tersebut.
10. *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Orang akan bertindak dengan cara tertentu jika memiliki motivasi atau niat untuk melakukannya.
11. *Personal Innovativeness (PI)* / Inovasi personal tidak berpengaruh terhadap *Use behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Personal Innovativeness (PI)* /

Inovasi personal tidak akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Karena pengguna tidak ada ketertarikan untuk mencoba suatu hal yang baru. Cenderungnya pengguna lebih nyaman dan sudah terbiasa menggunakan menu-menu dan konsep yang sudah ada dalam layanan mobile banking. Selain itu, untuk penggunaan berikutnya pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti niat berperilaku dan kondisi yang memfasilitasi mobile banking itu sendiri.

12. *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku berpengaruh terhadap *Use behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel *Behavioral Intention (BI)* / Niat Berperilaku berpengaruh terhadap *Use Behavior (UB)* / Perilaku Penggunaan akan mempengaruhi niat penggunaan *platform crowdfunding* dalam membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS). Dengan alasan bahwa niat konsumen menjadi pendorong utama dari penggunaan teknologi yang sebenarnya.

B. IMPLIKASI

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan melalui kajian pustaka, serta hasil pengujian dan analisis data, beberapa variabel dapat mempengaruhi atau tidak mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat infak dan atau sedekah (ZIS) melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com. Kemudian ada berbagai upaya yang mungkin dilakukan oleh berbagai pihak.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan ide dan informasi untuk penelitian masa depan, baik secara praktis maupun akademis. Menemukan hasil yang berbeda untuk studi di masa depan akan menambah tubuh pengetahuan tentang subjek yang sama. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Behavioral Intention* (BI) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) yang dibuktikan dengan koefisien rute terbesar yaitu sebesar 6,749. Karena masyarakat, dengan niat konsumen, adalah pendorong utama penggunaan teknologi nyata, dimana variabel *Habit* (H) / Kebiasaan berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) dilihat dari nilai koefisien rute terbesar kedua sebesar 4,784. Karena masyarakat sudah terbiasa memanfaatkan teknologi, maka dituntut sesuai aturan untuk melakukan inovasi dan pemutakhiran sistem yang dilakukan oleh organisasi yang terhubung guna menjaga kepentingan masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar adanya faktor-faktor yang tidak berpengaruh juga dapat dimanfaatkan sebagai pedoman untuk melakukan pemilihan yang tepat.

C. SARAN

Para peneliti menyadari bahwa mereka adalah kekurangan dan batasan, dan mereka jauh dari sempurna. Diyakini bahwa studi lebih lanjut akan mengarah pada penelitian yang lebih baik. Berikut ini adalah rekomendasi studi tersebut:

1. Bagi organisasi pengumpul zakat (OPZ), badan amil zakat (BAZ) dan lembaga amil zakat (LAZ) diharapkan terus dapat berinovasi dan

pembaharuan sistem pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah (ZIS) dengan mengikuti perkembangan zaman teknologi informasi, agar terus meningkatkan minat dan potensi serta kesadaran masyarakat akan pentingnya menjalankan kegiatan filantropi Islam untuk sesama umat manusia.

2. Untuk penelitian selanjutnya, bagi yang akan meneliti dengan tema yang sama, bisa menambah telaah pustaka yang sejenis dan bisa menambah variabel moderasi yang digunakan untuk menentukan UTAUT3. Menambah jumlah responden dan menggunakan alat analisis yang berbeda juga akan mempengaruhi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azisul, A. A. (2020). *Efektivitas Sistem Layanan Jemput Zakat Dalam Meningkatkan Kepatuhan Muzaki Membayar Zakat (Studi Kasus Pada Baznas Kabupaten Bone)*. IAIN Bone.
- Afandi, M. Y. (2019). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2), 9–25. <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Mua'awanah, C., & Hamidah, R. A. (2022). Generation Z perceptions in paying Zakat, Infaq, and Sadaqah using Fintech: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 320–330. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.28](https://doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.28)
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Alshebami, A. S. (2022). Crowdfunding Platforms as a Substitute Financing Source for Young Saudi Entrepreneurs: Empirical Evidence. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221126511>
- Anandia, F. B. (2022). *Analisis penerapan model penerimaan teknologi UTAUT2 terhadap penggunaan mobile banking pada Bank Syariah: Studi kasus pada Kota Surabaya*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/43772/6/18540187.pdf>
- Andriani, D. (2017). *Kampanye sosial di media sosial (studi kasus computer mediated communication pada platform crowdfunding kitabisa. com)*.

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35329/1/DIAN-ANDRIANI-FDK.pdf>

- Azam, S. M. F., Khatibi, A., Gunasinghe, A., & Abd Hamid, J. (2019). The Viability of UTAUT-3 in Understanding the Lecturers Acceptance and Use of Virtual Learning Environments. *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijtel.2019.10023751>
- Azganin, H., Kassim, S., & Sa'ad, A. A. (2021). Proposed waqf crowdfunding models for small farmers and the required parameters for their application . *Islamic Economic Studies*, 29(1), 2–17. <https://doi.org/10.1108/ies-01-2021-0006>
- Bakri, M. H., Md Radzai, M. S., & Rasid, A. M. M. (2021). Technology acceptance in crowdfunding among retailers. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(5), 1–12. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4818>
- Borello, G., de Crescenzo, V., & Pichler, F. (2015). The funding gap and the role of financial return crowdfunding: Some evidence from European platforms. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1). <https://www.icommercecentral.com/open-access/the-funding-gap-and-the-role-of-financial-return-crowdfunding-some-evidence-from-european-platforms-.php?aid=50483>
- CAF World Giving Index. (2022). *CAF World Giving Index 2022*. <https://cafonline.org/about-us/publications/caf-world-giving-index-2022>
- Chang, A. (2012). UTAUT and UTAUT 2: A review and agenda for future research. *The Winners*, 13(2), 10–114. <http://dx.doi.org/10.21512/tw.v13i2.656>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.

- Diniyah, F. (2021a). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Diniyah, F. (2021b). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Edward, M. Y., Ismanto, H., Fu'ad, E. N., Atahau, A. D. R., & Robiyanto. (2021). *Crowdfunding di Indonesia*. UNISNU Press.
- Effendi, C. O. (2017). *Strategi Public Relations Platform Kitabisa.Com Dalam Membangun Citra Organisasi* [UNIVERSITAS TARUMANAGARA]. <http://repository.untar.ac.id/3038/>
- Farabi, N. A. (2016). Analisis Penerapan Sistem informasi ZISW Dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 1(2), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/ijcit.v1i2.1524>
- Farhatunnada, I. (2021). *Determinan Minat Masyarakat Di DI Yogyakarta Untuk Membayar Zakat Infak dan atau Sedekah Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Faridhal, M. (2019). Analisis transaksi pembayaran nontunai melalui e-wallet: Perspektif dari modifikasi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5933>
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>

- Fatahudin, F. (2020). *Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Indonesia Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Jawa Barat)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Gopay Kopernik. (2020). Gopay Digital Donation Outlook 2020. In *kopernik.info* (Vol. 13, Issue 1). https://v1.kopernik.info/documents/document/1608187207118_8549.pdf
- Hasanah, U., Anwar, S., & Ardiansyah, M. (2023). Impact of Zakat-Based Business Capital on Mustahiq's Welfare Post-Disaster in Sigi Regency. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 12(1), 175–190. <https://doi.org/10.15408/sjie.v12i1.25178>
- Hastuti, Q. (2016). Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar. *Ziswaf*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v3i1.2282>
- Hidayatullah, M. F., Irawan, B., Sudaryanto, & Roziq, A. (2023). Formulation Of Sharia Marketing Strategy In Bank Syariah Indonesia. *Quality - Access to Success*, 24(196), 280–284. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.196.34>
- Hutami, N., & Irwansyah, I. (2019). World population projected to reach 9.8 billion in 2050, and 11.2 billion in 2100. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 183–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i2.5357>
- Imam Ghazali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Imanulrachman, A., Suciani, A., Kurniawan, F. R., Prisalia, R., Suprpto, S., Shihab, M. R., & Pinem, A. A. (2019). Analysis of Crowdfunding Platform

- in Encouraging Equal Health Services (a case study of Kitabisa.com). *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019*, 39, 623–628. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2019.8843827>
- Indarningsih, N. A., Ma'wa, M. A. F., & Waliyuddinsyah, M. N. (2023). Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology: Millennial generation perspective. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship (RISFE)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss1.art2>
- Islam, M. T., Tahir, M., & Khan, A. (2021). *Factors influencing the adoption of crowdfunding in Bangladesh : A study of start-up entrepreneurs*. 37(1), 72–89. <https://doi.org/10.1177/0266666919895554>
- Jogiyanto. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. In *Yogyakarta. Penerbit Andi* (Vol. 1, Issue 2). Andi Offset.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Kitabisa.com. (2021). *Profil Founder dan Tim di Balik Yayasan Kitabisa*. Kitabisa.Com. <https://blog.kitabisa.com/profil-founder-kitabisa/>
- Kitabisa.com. (2023). *Tentang Kitabisa*. Kitabisa.Com. <https://kitabisa.com/about-us>
- LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR'AN. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. BADAN LITBANG DAN DIKLAT KEMENTERIAN AGAMA RI.
- Li, Y. Z., He, T. L., Song, Y. R., Yang, Z., & Zhou, R. T. (2017). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in

- China: a UTAUT-based model. *Information Communication and Society*, 21(3), 404–415. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>
- Ma'wa, M. A. F., & Surohman, A. (2021). Strategi Fundraising Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU DI Yogyakarta Tahun 2019. *Jurnal MD*, 7(2), 225–248. <https://doi.org/10.14421/jmd.2021.72-02>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112/FULL/XML>
- Malhotra, N. K. (2009). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1. *Jakarta: PT Index*.
- Mohd Thas Thaker, H., Mohd Thas Thaker, M. A., Khaliq, A., Allah Pitchay, A., & Iqbal Hussain, H. (2022). Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1171–1197. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>
- Moon, Y., & Hwang, J. (2018). Crowdfunding as an alternative means for funding sustainable appropriate technology: Acceptance determinants of backers. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051456>
- Musahidah, N. S. U. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, Vol 9, No 2 (2021): *JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND BANKING*, 65–91. <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps/article/view/284/pdf>
- Onibala. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap E-Kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi utara. *E-Journal Teknik Informatika*, 2, 1–13. <http://repo.unsrat.ac.id/2974/>

- Pasaribu, P. N. (2021). The Nexus of Covid-19 Pandemic and Behavioral Intention in Using Mobile Banking among Students. *Duconomics Scimeet*, 1. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.37010/duconomics.v1>
- Pramana, D., Utami, N. W., & Wiradharma, I. G. B. M. (2022). Evaluasi Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan Use Behavioral Pada Spada Di STMIK PRIMAKARA Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 6(1), 98–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jiituj.v6i1.19601>
- Putra, T. W. (2019). Penghimpunan Dana Zakat Infak Dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional. *Laa Maisyir*, 6(2), 247.
- Rahmawati, A. (2022). *Adopsi Model Utaut3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Indonesia* [UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA]. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/55867/>
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. Boenningstedt: SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Sentanoe, W., & Oktavia, T. (2022). Understanding the Determinants of Funders on Crowdfunding Platform Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *ICIC Express Letters*, 16(3), 281–288. <https://doi.org/10.24507/icicel.16.03.281>
- Setyono, J. (2021). *Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tecnology 2 (UTAUT2)*. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al Mishbah : pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an

/ M. Quraish Shihab. *Jakarta: Lentera Hati*, 2.

Siti Kalimah. (2019). Pemasaran Syariah dalam Upaya Optimalisasi Peran Lembaga Amil Zakat di Indonesia. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 60–77. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.33>

Sleiman, K. A. A., Jin, W., Juanli, L., Lei, H. Z., Cheng, J., Ouyang, Y., & Rong, W. (2022). The Factors of Continuance Intention to Use Mobile Payments in Sudan. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221114333>

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Sugiyono, P. D. (2009). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R &D*, Alfabeta. Denzin, NK, & Lincoln, S. Yvonna.

Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2021). Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), 1–22. <https://doi.org/10.4018/ijabim.20220701.oa8>

Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2022). Factors influencing behavioural intention to adopt the QR-code payment: Extending UTAUT2 model. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 13(2), 1–22.

Undang-Undang Dasar RI. (2012). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. *Undang-Undang Dasar RI*, 53(9), 1689–1699. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5260/pp-no-47-tahun-2012>

Venkatesh, V. (2012). *Consumer acceptance and use of Information Technology : Extending The Unified Theory*. 36(1), 157–178.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User

acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.

World Population Review. (2023). *World Population Review 2023*.
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>

Wulandari, Y. S. (2018). Crowdfunding Platform User Acceptance: An Empirical Examination Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Factors, Facilitating Condition, Attitude, And Behavioral Intention. In *General Management Study Program Sampoerna University* (Vol. 6, Issue 1).
<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110>
<https://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001>
<https://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044>
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>

Xu, S., & Liu, D. (2018). Do Financial Markets Care about Corporate Social Responsibility Disclosure? Further Evidence from China. *Australian Accounting Review*, 28(1), 79–103. <https://doi.org/10.1111/auar.12161>

Yusuf, M. Z., & Satibi, I. (2023). *Farmers' Intention to Pay Zakat (Determinants of Agricultural Zakat in the Special Region of Yogyakarta)* Muhammad Zulfikar Yusuf 1, Ibi Satibi 2. 11(1), 1–16.
<https://doi.org/10.29244/jam.11.1.1-16>