

Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital

Wa'adarramah¹, Abdul Haris²

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Email Coresponden: waadarramah98@email.com

Abstrak

Kemajuan teknologi terus tumbuh dan berkembang dengan baik, namun demikian kesenjangan antara potensi dan realisasi dalam penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui platform digital membuat inovasi dalam pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) terus berkembang. Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan niat pembayaran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital berdasarkan *theory combined technology acceptance model* dan *theory of planned behavior (C-TAM TPB)* pada masyarakat di pulau Jawa. Studi ini menggunakan konstruk asli C-TAM TPB dengan menambahkan variabel kepercayaan dan referensi kelompok ke dalam model nya sebagai pembentuk niat berperilaku membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden masyarakat yang tinggal di seluruh provinsi di pulau Jawa dengan jumlah 174. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* dengan bantuan software WarpPLS Versi 7.0. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Selanjutnya, variabel sikap, norma subjektif, referensi kelompok, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Sedangkan variabel kontrol perilaku, kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan secara statistik tidak berpengaruh niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Kemudian variabel referensi kelompok terhadap niat berperilaku terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital.

Kata Kunci: C-TAM TPB, Zakat, Infak, Sedekah, Digital

Abstract

Technological progress continues to grow and develop well, however, the gap between potential and realization in collecting zakat, infak and alms (ZIS) through digital platforms makes innovations in the management of zakat, infak and alms (ZIS) continue to grow. This study aims to analyze the determinants of intention to pay zakat, infak and alms (ZIS) by digital: based on the theory of combined technology acceptance model and theory of digital planned behavior (C-TAM TPB) in communities on the island of Java. This study uses the original C-TAM TPB construct by adding the trust and group reference variables into the model as a form of intention to behave in digitally paying ZIS. This study uses a quantitative approach with primary data. Data were obtained through questionnaires distributed to millennial generation respondents living in all provinces of Java with a total of 174. The data analysis tool used in this study was the *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* with the help of WarpPLS Version 7.0 software. The results of this study indicate that the perceived usefulness variable, perceived convenience, has a positive and significant effect on people's attitudes to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. Furthermore, the attitude variables, subjective norms, group references, have a positive and significant effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. While the behavioral control variables, trust, perceived usefulness, perceived convenience statistically have no effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. Then the group reference variable on behavioral intentions was proven to have a positive and significant effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally.

Keywords: C-TAM TPB, Zakat, Infak, Alms, Digital

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, terdapat sekitar 84% atau 229 juta penduduk yang memeluk agama Islam (Agung, 2022). Kapasitas penduduk yang besar ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dari berbagai segi (Nurjamil & Siti Nurhayati, 2021). Salah satunya adalah potensi Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang sangat besar (Afandi, 2019). Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) menawarkan peluang yang sangat baik untuk memajukan lembaga keuangan syariah di Indonesia serta meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan bangsa (Abdullah & Qoyum, 2022). Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) pada tahun 2021 realisasi penghimpunan dana zakat di Indonesia mencapai Rp 14 triliun. Jumlah ini hanya sekitar 4,28 persen dari proyeksi potensi zakat dalam negeri yang mencapai Rp. 327 triliun (Novellino, 2022).

Pada kenyataannya dana zakat yang terkumpul belum terealisasi secara optimal. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa pada akhir tahun 2020 penelitian bersama BAZNAS dan berbagai entitas, ada potensi zakat Rp 327,6 triliun. Namun baru terealisasi Rp 71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen (Risky, 2021). Salah satu penyebab rendahnya penghimpunan ZIS di Indonesia adalah tidak adanya jaminan

publik di Lembaga atau Badan Amil Zakat, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menyalurkannya langsung kepada mustahik (Cahyani *et al.*, 2022). Yang dimana tanggung jawab utamanya adalah mengawasi zakat dan sumbangan sosial lainnya sebagai entitas resmi negara (Haris *et al.*, 2020). Di era sekarang ini, inovasi digital adalah jawaban untuk strategi optimalisasi dalam rangka meningkatkan pengumpulan ZIS nasional (Admiral, 2021). Kemajuan teknologi Indonesia terus menjadi lebih baik, dan banyak organisasi kini bekerja untuk memasukkan teknologi ke dalam setiap aspek operasi sehari-hari mereka. Orang-orang secara alami bersemangat dengan kemajuan teknologi ini karena memungkinkan mereka memanfaatkan waktu mereka dengan lebih baik untuk tugas-tugas yang sering dilakukan dalam aktivitas sehari-hari (Afandi, 2019). Lembaga Zakat, Infak, dan Sedekah saat ini berupaya memajukan teknologi di semua aspek bisnisnya, termasuk pengumpulan iuran zakat (Bara & Fariz, 2022).

Di sisi lain, mulai pada akhir tahun 2019 telah terjadi gangguan terhadap situasi kesehatan nasional di Indonesia dan di seluruh dunia (Sulaeman *et al.*, 2021). Situasi ini disebabkan oleh virus baru yang dikenal sebagai Covid-19. Terganggunya situasi kesehatan nasional akibat pandemi COVID-19 berdampak pada percepatan transformasi digital. Digitalisasi pembayaran zakat telah

berkontribusi pada peningkatan penerimaan zakat di BAZNAS Nasional (Utami *et al.*, 2020).

Fakta tersebut menunjukkan bahwasanya ZIS memiliki potensial yang sangat besar namun belum maksimal dalam pengumpulannya di Indonesia fakta tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih mempercayai zakat secara langsung kepada mustahik daripada membayar secara digital. namun demikian, niat merupakan karakteristik pribadi yang mengacu pada keinginan untuk melakukan aktivitas tertentu yang menentukan perilaku. Di sini, perilaku mengacu pada suatu kegiatan atau perilaku nyata yang akan dilakukan seseorang. Tingkah laku seseorang dapat dinilai dengan menggunakan unsur-unsur dari *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Dalam TPB, perilaku dipengaruhi oleh niat, dan niat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketika orang memilih untuk membayar ZIS secara digital, ini adalah contoh perilaku (Mihartinah & Coryanata, 2019).

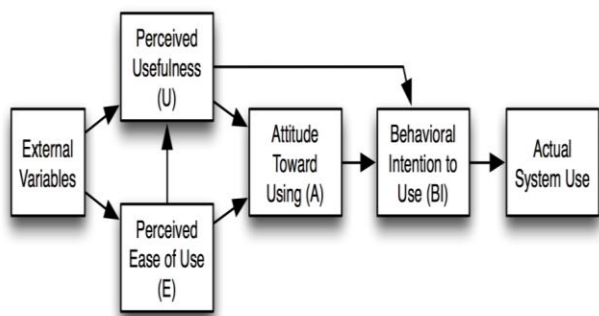
Penelitian ini merupakan pembaharuan dari penelitian Mukhamad Yazid Afandi tentang *Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches potensi* (Afandi, 2019). Perbedaan penelitian ini terletak pada *Theory C- TAM TPB* dengan menambahkan dua variabel baru yaitu

kepercayaan dan referensi kelompok. Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggabungkan pemodelan TAM dan TPB seperti yang telah dilakukan oleh Wandu dkk (2020). Konstruksi kuantitatif yang digunakan berdasarkan TAM dan TPB adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat (Niat membayar zakat). Beberapa studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa pemodelan TPB dan TAM, terbukti memiliki pengaruh terhadap niat pembayaran (Bulutoding *et al.*, 2019). Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menganggap penting untuk meneliti dengan lebih mendalam terkait “Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior (C - TAM TPB)*”.

Technology Acceptance Model (TAM)

Model *Theory of Reasoned Action* (TRA) telah dimodifikasi oleh Davis pada tahun 1989 untuk secara khusus menjelaskan adopsi pengguna dari sistem informasi. Model ini dikenal sebagai *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini sering digunakan untuk meramalkan bagaimana perasaan seseorang tentang teknologi informasi.

Kemudahan penggunaan dan keuntungan utamanya termasuk kemampuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat TAM (King & He, 2006). Model ini dimaksudkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menentukan bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap suatu teknologi, dan harus dapat melakukannya untuk berbagai pengguna akhir (Salisa *et al.*, 2019). Cara seseorang mempersepsikan sesuatu mempengaruhi bagaimana mereka bertindak dan berperilaku. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi bagaimana pengguna memandang teknologi informasi, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana pengguna menerima teknologi informasi (Mulyanto *et al.*, 2020).

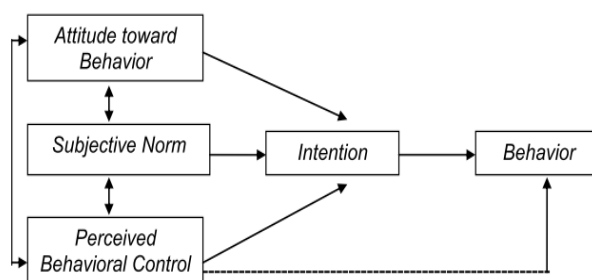


Gambar 1. Model Penerimaan Teknologi
Sumber: Davis (1989)

Theory Planned Behavior (TPB)

Teori ini merupakan pengembangan dari TRA. Penambahan konstruk yang mempengaruhi minat dan perilaku adalah bagaimana perilaku persepsi (*perceived*

behavioral control) dikembangkan dalam TPB (Ajzen, 1991). Ada tiga karakteristik utama yang dianggap TPB sebagai penentu kepentingan. Yang pertama adalah sikap, yang menunjukkan seberapa banyak seseorang menganggap mereka setuju atau tidak setuju dengan aktivitas tersebut. Kedua, variabel sosial, sering dikenal sebagai norma subyektif, menggambarkan tekanan masyarakat yang dirasakan untuk terlibat atau menahan diri dari aktivitas tertentu. Kategori terakhir adalah kontrol perilaku, yang menggambarkan seberapa mudah atau sulitnya suatu kegiatan dianggap (Karnadi *et al.*, 2018).

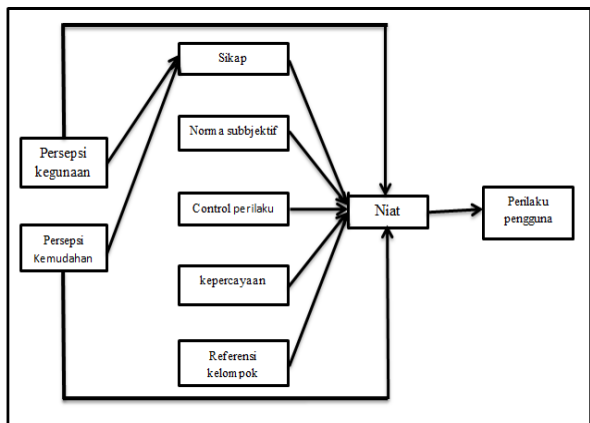


Gambar 2. Teori Perilaku Direncanakan (Theory of Planned Behavior)
Sumber: Ajzen 1991

Model Penerimaan Teknologi Gabungan dan Theory of Planned Behavior (Gabungan TAM dan TPB, C-TAM- TPB).

TAM dimaksudkan untuk memprediksi niat perilaku untuk menggunakan teknologi di antara pengguna dan kemampuan perilaku penggunaan substansial. Meskipun telah banyak didukung oleh sejumlah besar penelitian ilmiah, namun belum ada faktor

sosial dan faktor kontrol yang diintegrasikan ke dalam model penelitian. Kedua faktor tersebut telah diverifikasi dengan jelas oleh banyak penelitian empiris dengan pengaruh luar biasa pada perilaku penggunaan substansial pengguna untuk menggunakan teknologi. Kedua faktor tersebut juga menjadi variabel kunci dalam TPB. Oleh karena itu, Taylor dan Todd (1995) mengintegrasikan TAM dan TPB lebih lanjut ditambah dengan dua variabel kontrol, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan, ke dalam model TAM. TAM gabungan dan TPB, C-TAM-TPB diusulkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995) terintegrasi oleh TAM dan TPB hadir dengan kesesuaian yang sangat baik untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi baru.



Gambar 3. Pengembangan *Combined-Theory Of Planned Behavior Technology Acceptance Model (C-TPB-TAM)*
Sumber: Taylor & Todd (1995)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari informasi primer dan sekunder. Informasi atau data primer dari tinjauan ini diperoleh dari reaksi/jawaban terhadap pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan kondisi/keadaan/sentimen yang dialami oleh responden secara lugas. Selain itu, data sekunder sebagai alat bantu berasal dari berbagai karya tulis seperti buku-buku terkait, karya ilmiah serta berita online yang mendukung proses penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang diberikan kepada responden secara elektronik. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner online menggunakan google form diperoleh data sebanyak 174 responden. Kemudian setelah data diolah diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	52	30%
2	Perempuan	122	70%
Total		174	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20 s.d. 30 Tahun	132	76%
2	31 s.d. 40 Tahun	32	18%
3	41 s.d. 50 Tahun	8	5%
4	51 s.d. 60 Tahun	2	1%
Total		174	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/ Domisili

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Provinsi Banten	9	5%
2	DKI. Jakarta	21	12%
3	D.I. Yogyakarta	30	17%
4	Provinsi Jawa Barat	43	25%
5	Provinsi Jawa Tengah	39	22%
6	Provinsi Jawa Timur	32	18%
Total		174	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA/Sederajat	61	35%

2	Diploma	14	8%
3	Sarjana/S1	84	48%
4	Magister/S2	15	9%
Total		165	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Karyawan Swasta	43	25%
2	PNS	3	2%
3	Wirausaha	47	27%
4	Polisi	2	1%
5	Guru/Dosen	15	9%
6	Mahasiswa	37	21%
7	Ibu Rumah Tangga	14	8%
8	Lainnya	13	7%
Total		174	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

No	Jumlah Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari Rp 6.500.000	154	89%
2	Rp 6.500.000 - Rp 7.000.000	13	7%
3	Rp 7.000.000 - Rp 7.500.000	1	1%
4	Lebih dari Rp 8.500.000	6	3%

Total	165	100%
-------	-----	------

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil Convergent Validity

Penelitian memvalidasi indikator pada variabel menggunakan uji validitas konvergen. Validitas konvergen dapat ditentukan dengan melihat nilai *loading factor*; jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7 maka dianggap diterima. Namun tidak disertakan atau dapat dihapus jika nilai *loading factor* kurang dari 0,7. Selanjutnya, lihat nilai AVE yang harus lebih dari 0,5. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji validitas konvergen.

Tabel 7. Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Kode	Loadings	AVE	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X ₁)	X1.1	0.785	0.660	Valid
	X1.2	0.892		Valid
	X1.3	0.840		Valid
	X1.4	0.853		Valid
	X1.5	0.733		Valid
	X1.6	0.762		Valid
Persepsi Kemudahan (X ₂)	X2.1	0.833	0.730	Valid
	X2.2	0.817		Valid
	X2.3	0.850		Valid
	X2.4	0.890		Valid
	X2.5	0.781		Valid
	X2.6	0.709		Valid
	X2.7	0.670		Tidak Valid
	X3.1	0.879		Valid

Sikap (X ₃)	X3.2	0.880	0.721	Valid
	X3.3	0.827		Valid
	X3.4	0.829		Valid
	X3.5	0.830		Valid
Norma Subjektif (X ₄)	X4.1	0.739	0.679	Valid
	X4.2	0.880		Valid
	X4.3	0.611		Tidak Valid
	X4.4	0.733		Valid
	X4.5	0.544		Tidak Valid
Kontrol Perilaku (X ₅)	X5.1	0.741	0.568	Valid
	X5.2	0.815		Valid
	X5.3	0.734		Valid
	X5.4	0.720		Valid
Kepercayaan (X ₆)	X6.1	0.863	0.786	Valid
	X6.2	0.940		Valid
	X6.3	0.899		Valid
	X6.4	0.840		Valid
Referensi kelompok (X ₇)	X7.1	0.880	0.810	Valid
	X7.2	0.914		Valid
	X7.3	0.931		Valid
	X7.4	0.904		Valid
	X7.5	0.871		Valid
Niat (Y ₁)	Y1.1	0.792	0.622	Valid
	Y1.2	0.803		Valid
	Y1.3	0.820		Valid
	Y1.4	0.768		Valid
	Y1.5	0.812		Valid
	Y1.6	0.734		Valid
	Perilaku	Y2.1		0.857

Pengguna (Y ₂)	Y2.2	0.950	9	Valid
	Y2.3	0.938		Valid

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, jika nilai muatan konstruk di bawah 0,7 dikatakan gagal karena tidak memenuhi kriteria validitas konvergen. Oleh karena itu, diperlukan untuk menghilangkan indikasi tersebut. Indikator yang dihapus yaitu Persepsi Kemudahan (X₂) pada indikator 6 (X2.6) dan indikator 7 (X2.7) dan Norma Subjektif (X₄). pada indikator 3 (X4.3) dan indikator 5 (X4.5).

Tabel 8. Hasil Uji Convergent Validity Setelah Direduksi

Variabel	Kode	Loading	AVE	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X ₁)	X1.1	0.785	0.66	Valid
	X1.2	0.892		Valid
	X1.3	0.840		Valid
	X1.4	0.853		Valid
	X1.5	0.733		Valid
	X1.6	0.762		Valid
Persepsi Kemudahan (X ₂)	X2.1	0.861	0.73	Valid
	X2.2	0.854		Valid
	X2.3	0.884		Valid
	X2.4	0.904		Valid
	X2.5	0.764		Valid
Sikap (X ₃)	X3.1	0.879	0.72	Valid
	X3.2	0.880		Valid
	X3.3	0.827		Valid
	X3.4	0.829		Valid
	X3.5	0.830		Valid

Norma Subjektif (X ₄)	X4.1	0.785	0.67	Valid
	X4.2	0.880		Valid
	X4.4	0.805		Valid
Kontrol Perilaku (X ₅)	X5.1	0.741	0.56	Valid
	X5.2	0.815		Valid
	X5.3	0.734		Valid
	X5.4	0.720		Valid
Kepercayaan (X ₆)	X6.1	0.863	0.78	Valid
	X6.2	0.940		Valid
	X6.3	0.899		Valid
Referensi kelompok (X ₇)	X7.1	0.880	0.81	Valid
	X7.2	0.914		Valid
	X7.3	0.931		Valid
	X7.4	0.904		Valid
	X7.5	0.871		Valid
Perilaku Pengguna (Y ₂)	Y2.1	0.857	0.83	Valid
	Y2.2	0.950		Valid
	Y2.3	0.938		Valid

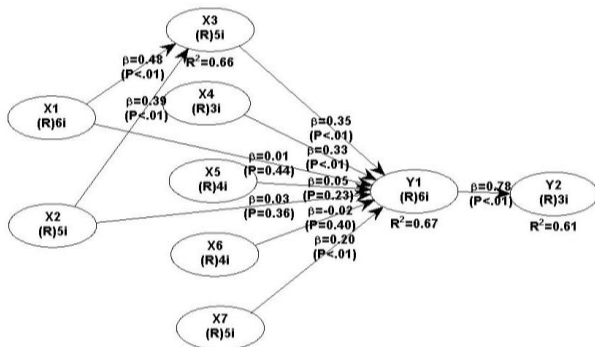
Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua indikator dengan nilai loading konstruk lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE lebih besar dari konstruk lainnya, persyaratan validitas konvergen.

Hasil Uji Signifikansi dan Relevansi Hubungan Model Struktural (Pengujian Hipotesis)

Pengujian signifikansi dan relevansi hubungan model struktural bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan arah dan hubungan antar variabel. Pada tahap ini, kita

dapat mengetahui relevansi variabel laten eksogen dengan laten endogen yang dipengaruhi. Pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dengan memperhatikan hasil nilai *path coefficients* dan tingkat signifikansi (*P-value*) dengan *alpha* 5%. Model analisis jalur untuk pengujian hipotesis dapat dilihat pada Gambar.



Gambar 1. Model Analisis Jalur Dalam Penelitian

Berdasarkan gambar 1. dapat dilihat bahwa terdapat 9 jalur hubungan langsung dari 9 variabel dalam penelitian ini. Nilai koefisien jalur terbesar yaitu niat ke perilaku pengguna sebesar 0.780. Nilai koefisien jalur persepsi kegunaan ke sikap sebesar 0.485. Nilai koefisien jalur Sikap yang memfasilitasi ke niat berperilaku sebesar 0.350. Sedangkan nilai koefisien jalur Norma Subjektif ke niat berperilaku sebesar 0.335. Selanjutnya, untuk melihat signifikansi pengaruh antar variabel dan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	P-Value	Keterangan
H1	Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap	0,485	0,000	Hipotesis Diterima
H2	Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap	0,389	0,000	Hipotesis Diterima
H3	Sikap Terhadap Niat Berperilaku	0,350	0,000	Hipotesis Diterima
H4	Norma Subjektif Terhadap Niat Berperilaku	0,336	0,000	Hipotesis Diterima
H5	Kontrol Perilaku Terhadap Niat Berperilaku	0,055	0,232	Hipotesis Ditolak
H6	Kepercayaan Terhadap Niat Berperilaku	-0,020	0,396	Hipotesis Ditolak
H7	Referensi	0,195	0,000	Hipotesis

	Kelompok Terhadap Niat Berperilaku		4	Diterima
H8	Persepsi Kegunaan Terhadap Niat	0.011	0.441	Hipotesis Ditolak
H9	Persepsi Kemudahan Terhadap Niat	0.027	0.361	Hipotesis Ditolak
H10	Niat Terhadap Perilaku Pengguna	0,780	0,000	Hipotesis Diterima

Sumber: Data diolah dengan aplikasi Warp PLS 7.0, 2022

Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah persepsi yang dimiliki oleh seseorang akan adanya nilai kegunaan atau kebermanfaatannya dari sesuatu barang teknologi. Kegunaan persepsi disimpulkan dari penjelasan ini merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi untuk mengambil sebuah keputusan dalam berperilaku dalam konteks penelitian ini yakni perilaku yang dimaksud ialah perilaku membayar zakat

dengan cara digital. Dengan begitu maka argumentasi logisnya adalah apabila suatu barang memiliki manfaat atau nilai guna maka barang tersebut akan dipilih oleh individu dan sebaliknya apabila suatu barang tidak memiliki manfaat atau nilai guna maka barang tersebut tidak akan dipilih oleh individu. Dengan mengacu kepada hukum logika yang dibangun diatas maka persepsi nilai guna suatu barang dapat menjadi faktor yang menstimulasi individu dalam mengambil keputusan untuk membayar zakat secara digital (Rahmatika & Fajar, 2019).

Hasil uji hipotesis hubungan antara persepsi kegunaan dengan niat membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital Nilai P untuk penelitian ini adalah <0,001 dimana hasil ini memenuhi ketentuan (<0,005). Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan mempengaruhi opini masyarakat terhadap membayar ZIS secara digital. Artinya penelitian ini mengkonfirmasi penerimaan hipotesis pertama (H1) yang menguji hubungan variabel persepsi kegunaan terhadap sikap masyarakat pulau Jawa untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital. Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa sikap atau kemauan untuk memanfaatkan sistem akan tinggi jika suatu sistem dalam hal ini platform digital mampu mendorong efektivitas dan efisiensi. Hal ini agar mereka dapat menggunakan sesuatu yang

menguntungkan dan sesuai dengan keinginan mereka.

Hasil penelitian ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa faktor terpenting dalam mendeskripsikan sikap pengguna dalam memanfaatkan teknologi dan juga sebagai faktor penentu apakah seseorang memakai digital (Budiatin & Rustiyaningsih, 2021). Selanjutnya, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Salisa *et al.*, (2019) yang menyebutkan bahwa persepsi kegunaan ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap. Selanjutnya, hasil penelitian Humairoh *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan dari e-wallet memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap milenial dalam menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial menganggap penggunaan teknologi akan meningkatkan efektivitas kerja dan menguntungkan pengguna.

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital.

Persepsi kemudahan adalah sebuah teknologi yang dijadikan tolok ukur bagi mereka yang menganggap mudah untuk memahami dan mengoperasikan komputer. Dapat beradaptasi, mudah dipahami, mudah digunakan, dan mampu mengelola tugas adalah beberapa sifat yang dapat digunakan

untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan (Tyas & Darma, 2017). Istilah "kemudahan penggunaan yang dirasakan" mengacu pada pengukuran persepsi seseorang tentang seberapa sederhana mereka menemukan sistem untuk digunakan dan dipahami. Dalam pengertian ini, kemudahan penggunaan mengacu pada fitur yang mudah digunakan, dipahami, dan melaksanakan tugas (Rahmatika & Fajar, 2019).

Hasil uji hipotesis hubungan antara persepsi kegunaan dengan niat membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital menunjukkan nilai P sebesar $<0,001$ dimana hasil ini memenuhi ketentuan ($<0,005$). Ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Artinya penelitian ini mengkonfirmasi penerimaan hipotesis kedua (H2) yang menguji hubungan variabel persepsi kemudahan terhadap sikap masyarakat pulau Jawa untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa sikap atau kemauan untuk memanfaatkan sistem akan tinggi jika suatu sistem dalam hal ini platform digital mampu mendorong efektivitas dan efisiensi. Hal ini agar mereka dapat menggunakan sesuatu yang menguntungkan dan sesuai dengan keinginan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karnadi *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap. dapat diartikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan maka sikap juga akan semakin meningkat dan sebaliknya. Selanjutnya penelitian ini juga mengkonfirmasi penelitian yang dilakukan oleh Mahwadha (2019) menunjukkan kemudahan penggunaan yang dirasakan berdampak pada perasaan orang tentang penggunaan dana e-wallet. Nasri & Charfeddine (2012) dan Bangkara & Mimba (2016) juga berpendapat bahwa kenyamanan yang dirasakan memiliki dampak yang nyata dan berhubungan positif dengan sikap terhadap penggunaan internet banking. Sianadewi *et al.*, (2017) menunjukkan dampak positif pada pembelian online oleh Notebook.com.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian ini melahirkan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Selanjutnya variabel persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.
2. Variabel sikap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima. Selanjutnya, variabel norma subjektif (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima. Kemudian variabel kontrol perilaku (X5) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini ditolak. Sementara variabel kepercayaan (X6) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Dengan demikian hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini ditolak. Selanjutnya, Variabel referensi kelompok (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis ketujuh (H7) dalam penelitian ini

diterima. Kemudian variabel persepsi kegunaan (X9) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis kesembilan (H9) dalam penelitian ini ditolak. Sementara variabel persepsi kemudahan (X10) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Oleh karena itu, hipotesis kesepuluh (H10) dalam penelitian ini ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Qoyum, A. (2022). The Effect of Macroeconomic Indicators on Collection of Zakat, Infaq, and Alms (ZIS): A Case of the National Zakat Amil Agency (BAZNAS) in Java 2013-2020. *Bulletin of Islamic Economics*, 1(1), 51–61.
- Afandi, M. Y. (2019). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2), 9–25.
- Agung. (2022). *Daftar 5 Negara Muslim Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor Satu*.
- Agung, A., & Tanamal, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan, Kualitas Sistem, dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Minat Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Dalam Penggunaan E-Filing. *Teknika*, 10(2), 128–136.
- Alida, F. N. (2021). *Determinan Niat Berperilaku Dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Pinjaman Daring. 1*.
- Amrial. (2021). *Adopsi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Realisasi Pengumpulan ZIS Nasional*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah.
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34.
- Bahri, S., & Listiorini. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan dan Persepsi Kecepatan Terhadap Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filing pada KPP Pratama Binjai. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(2), 159–170.
- Bara, A. L., & Fariz, M. (2022). Peran Teknologi Digital Dalam Penghimpunan Dana Zis. *Proceeding International Seminar of Islamic ...*, 3(1), 823–827.
- Budiatin, E. A., & Rustiyarningsih, S. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Faktor Sosial, Dan Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan E-Filing Di Kota Madiun. *JRMA | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2).
- Bulutoding, Asse, A., Habbe, A. H., & Fattah, S. (2018). The influence of akhlaq to tax compliance behavior, and Niyah as mediating variable of Moslem taxpayers in Malaysia. *Scirj Journal*, VI(1), 1–9. <https://scholar.google.com>
- Bulutoding, L., Parmitasari, R. D. A., & Suhartono. (2019). Perilaku Kepatuhan Para Wajib Zakat Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Laa Maisyir*, 6(2), 191–210.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1–16.
- Haris, G., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2020). *The Application of Dynamic Zakat Percentage by Yusuf al-Qaradawy on the Professional Zakat in Indonesian BAZNAS Introduction The Indonesia*

- National Zakat Board or Badan Amil Zakat Nasional Indonesia (BAZNAS) was established based on a Presidential Decree. 54(2).*
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Jurnal Among Makarti, 14(1)*, 78–92.
- Humairoh, H., Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi, 3(2)*, 64–81.
- Idris, I., & Kasmoo, A. B. P. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 4(3)*, 306–332.
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi, 11(1)*, 59–69.
- Karwur, J. M., Sondakh, J. J., & Kalangi, L. (2020). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL", 11(2)*, 113–130.
- Kurniawan, A., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3)*, 1512–1522.
- Lina. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Artificial Intelligence Lily Bank J Trust. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis.*
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 6(2)*, 419–441.
- Mahwadha, W. I. (2019). Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: an Empirical Study Among Indonesian Users. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences, 1(85)*, 79–93.
- Maulida, S., Amruzi, F. Al, & Hakim, B. R. (2021). Problems and Solutions in Digitalization Zakat: Early Study in South Kalimantan. *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 163–188.
- Mihartinah, D., & Coryanata, I. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi, 8(2)*, 77–88.
- Mudrikah, S. (2021). Determinan terhadap niat membayar wakaf uang. *El-Buhuth, 4(1)*, 13–27.
- Mujahidah, A. S., Akbar, N., Aam, &, & Rusydiana, S. (2021). Determinants of Intention to Accelerate Zakat Payment During the Covid-19 Pandemic: Empirical Insights from Muslim Youth Perspectives. *5 Th INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS*, 471–484.
- Mulyanto, A., Sumarsono, S., Niyartama, T. F., & Syaka, A. K. (2020). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink. *Semesta Teknika, 23(1)*, 27–38.
- Nugraha, D. A. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan

- kepercayaan terhadap minat individu menggunakan go-pay di kota yogyakarta. Nurjamil, & Siti Nurhayati. (2021). Pengelolaan Wakaf Uang Melalui Aplikasi Fintech Pada Koperasi Syariah Di Kota Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 205–212.
- Obaid, T., & Aldammagh, Z. (2021). Predicting Mobile Banking Adoption: An Integration of TAM and TPB With Trust and Perceived Risk. *SSRN Electronic Journal*.
- Paat, L. M. M., Moniharapon, S., & Rogi, M. H. (2020). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Jurnal EMBA*, 8(3), 1566–1577.
- Pulunggono, G. P. (2019). Pengaruh Atraksi Interpersonal, Kewajiban Moral dan Kontrol Perilaku Terhadap Sikap Ramah Lingkungan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4), 519–526.
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 78.
- Risky, F. (2021). *Realisasi Baru 21,7 Persen, Wapres: Implementasi Zakat 2021 Perlu Ditingkatkan*. Izx Channel. <https://www.idxchannel.com/syariah/realisasi-baru-217-persen-wapres-implementasi-zakat-2021-perlu-ditingkatkan>
- Salisa, N. R., Aeni, I. N., & Chamid, A. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Sistem Keuangan Desa: Pendekatan TAM dan TPB. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 34–53.
- Salsabila, A., Sya'ban, M., & Maharani, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Pemahaman, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Sertifikasi Akuntan Profesional Chartered Accountant (Ca). *Jurnal Sustainable*, 01(1), 84–103.
- Samudra, T. B., Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Batu. *E-Jra*, 08(03), 12–28.
- Sulaeman, Majid, R., & Widiastuti, T. (2021). The Impact of Zakat on Socio-Economic Welfare before COVID-19 Pandemic in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 6(2), 75–90.
- Ulum, R. F., & Cahyono, E. F. (2020). Evaluasi Persepsi Muzakki Tenaga Kependidikan Universitas Airlangga Tentang Keimanan, Pendapatan, Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.
- Utami, P., Suryanto, T., Nasor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency. *IQTISHADIA*, 13(2), 216–239.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96.