

PENGGUNAAN PLATFORM *CROWDFUNDING* DALAM MENYALURKAN ZAKAT, INFAQ, DAN SHADAQAH (ZIS): STUDI INTENSI MASYARAKAT

Gina Destrianti Karmanto¹, Bimmo Dwi Baskoro²

¹Program Studi Ilmu Ekonomi & Keuangan Islam, Fakultas Pend. Ekonomi & Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

²Program Pascasarjana Ilmu Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen Labora
Alamat Surel: ¹ginadestrianti@student.upi.edu, ²bimmodibi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan - Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap intensi berperilaku melalui persepsi kegunaan dalam menyalurkan ZIS melalui penggunaan platform *crowdfunding*.

Desain/Methodologi/Pendekatan – Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 385 responden yang bekerja di berbagai sektor. *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) digunakan dalam analisa data.

Temuan – Temuan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap intensi berperilaku. Persepsi kegunaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap intensi berperilaku.

Implikasi Praktis - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terkait kebijakan melalui penggunaan platform *crowdfunding* untuk meningkatkan niat perilaku penyaluran zakat, donasi, dan shodaqoh.

Kata Kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, intensi berperilaku, platform *crowdfunding*

ABSTRACT

Purpose – *This paper aims to analyze the influence of perceived ease of use and trust on behavioral intention through perceived usefulness in ZIS collection through the use of a crowdfunding platform.*

Design/Methodology/Approach – *The participants in this study were 385 respondents which works in multisector areas. Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) were used for data analysis.*

Findings – *The findings of the study were perceived ease of use (PEOU), perceived usefulness (PU), and trust (TR) positively predicted behavioral intention (BI). Perceived usefulness (PU) mediates the influence of perceived ease of use (PEOU) and trust (TR) on behavioral intention (BI).*

Practical Implications – *This study is expected to provide benefits in relation to policies to increase behavioral intention to distribute zakat, infaq, and shodaqoh using crowdfunding platforms.*

Keywords: PEOU, PU, TR, BI, Crowdfunding Platform

A. PENDAHULUAN

Potensi zakat yang sangat besar di Indonesia mendorong berbagai pihak untuk terus melakukan strategi terkumpulnya zakat guna membantu memecahkan permasalahan sosial yang ada di Indonesia (Kholid, 2018). Besarnya potensi tersebut pada kenyataannya belum dapat terealisasi secara optimal. Hal ini dapat terlihat dari dana zakat yang baru terhimpun sebesar 1% dari potensi yang diharapkan (BAZNAS, 2019). Lembaga zakat telah melakukan digitalisasi dengan menggunakan teknologi dan internet sebagai media untuk manajemen zakat. Hal tersebut karena teknologi mampu untuk memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja industri menuju performa yang lebih baik (BAZNAS, 2020).

Platform pembayaran zakat secara digital telah mampu meningkatkan jumlah pembayaran zakat muzaki secara daring. Meskipun pengumpulan zakat melalui digital terus mengalami peningkatan, namun masih belum banyak zakat yang dikumpulkan melalui platform, karena jumlah pembayaran muzaki non tunai masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pembayaran muzaki secara tunai sehingga penggunaan terhadap platform zakat masih belum optimal (W. Mahri, Nuryahya, & Nurasyiah, 2019). Hal ini menunjukkan masih rendahnya minat masyarakat untuk menyalurkan zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) melalui platform digital.

Perkembangan *financial technology* melalui perbankan digital mempunyai penetrasi pasar yang besar di Indonesia. Terdapat sekitar 50% atau 133 juta populasi masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet dan 49% atau sekitar 130 juta orang merupakan pengguna sosial media aktif (Hijriana et al., 2018). Data ini menandakan bahwa potensi zakat Indonesia dapat tercapai dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia. Hal ini didukung pula oleh 27 *financial technology* syariah yang tersedia di Indonesia (republika.co.id, 2018).

Mengingat adanya pertumbuhan dalam pengumpulan dana zakat, masyarakat dihadapkan pada kebutuhan untuk efisiensi dalam menyalurkan zakat (Manara et al., 2018). Strategi dalam pengumpulan dana zakat terus dilakukan melalui platform *crowdfunding* seperti kitabisa.com yang telah bekerjasama dengan 5 Lembaga Amil Zakat. Hal ini dilakukan sebagai strategi atau upaya untuk meningkatkan penerimaan zakat agar dapat mencapai potensi zakat yang diharapkan (Kholid, 2018).

Ketua Baznas menyampaikan bahwa hingga Oktober 2019 dana zakat yang telah dikumpulkan melalui layanan digital telah menyentuh angka Rp29 miliar (Pikiran Rakyat, 2019). Sementara itu, jumlah dana zakat yang tekumpul melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com mencapai Rp39 miliar dari lima lembaga amil zakat yang berkolaborasi (Kitabisa.com, 2020).

Crowdfunding memiliki potensi yang sangat besar sebagai media penghimpunan dana. Hal ini tentu bisa menjadi ancaman bagi lembaga zakat jika tidak melakukan kerjasama dengan platform *crowdfunding*. Platform *crowdfunding* ini dapat menjadi peluang untuk meningkatkan penghimpunan zakat (CNBC Indonesia, 2019).

Adanya kesenjangan antara jumlah peningkatan jumlah dana ZIS di platform *crowdfunding* dengan penurunan persentasi pengumpulan dananya, mengindikasikan bahwa terjadi penurunan niat masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui platform *crowdfunding* (Sitanggang, 2018).

Penurunan intensi masyarakat dalam menyalurkan ZIS akan berdampak pada perekonomian negara, salah satunya adalah peningkatan jumlah kemiskinan. ZIS merupakan filantropi yang mampu untuk mengurangi tingkat kemiskinan (Mubarakah et al., 2017).

Dibalik potensi platform *crowdfunding* yang besar, Indonesia merupakan negara yang mempunyai platform *crowdfunding* paling banyak jika dibandingkan dengan negara lain seperti India, Malaysia, Philipina, Pakistan dan lainnya (Nugroho & Rachmaniyah, 2019).

Teori yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang dalam penerimaan dan penggunaan sistem informasi dan teknologi oleh individu menurut Davis (1989) adalah dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam TAM, terdapat dua faktor utama

yaitu manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan. Kedua faktor ini dipengaruhi oleh variabel eksternal. Faktor eksternal utama yang biasanya terwujud adalah faktor sosial, faktor budaya, dan faktor politik (Surendran, 2012).

Banyaknya masyarakat yang telah berpartisipasi dalam menyalurkan ZIS dan wakafnya melalui platform *crowdfunding* menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Tidak hanya itu, pada penelitian dan pemaparan para ahli di atas menunjukkan bahwa adanya *research gap* antara berbagai hasil penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan model TAM. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai perilaku masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS menggunakan *platform crowdfunding* dengan menggunakan teori TAM dengan menambahkan variabel kepercayaan. Hal ini karena menurut Gefen et al. (2003) kepercayaan merupakan aspek sentral dalam banyak transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial. Reichheld dalam Gefen et al. (2003) menyebutkan bahwa kepercayaan sangat penting dalam berbagai transaksi, terutama yang mengandung unsur risiko. Kepercayaan selalu menjadi elemen penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen serta kurangnya kepercayaan disebut sebagai salah satu alasan utama mengapa konsumen tidak terlibat dalam *e-commerce* (Pavlou, 2003).

Penelitian mengenai penerimaan dan perilaku masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui platform *crowdfunding* belum banyak ditemukan di Indonesia maupun pada jurnal internasional sehingga mendorong kami untuk melakukan penelitian ini.

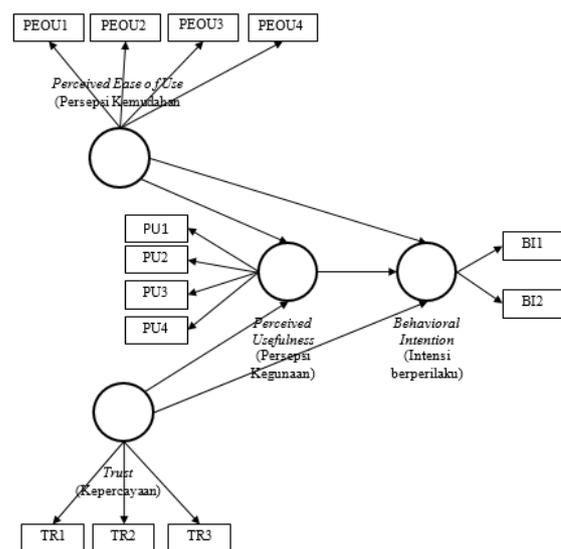
B. METODE

Objek penelitian ini terdiri dari variabel laten eksogen yaitu persepsi kemudahan menggunakan (PEOU) (X_1) dan kepercayaan (X_2). Sementara itu, variabel laten endogen dalam penelitian ini yaitu intensi berperilaku (BI) (Y) dan persepsi kegunaan (PU) (M) sebagai variabel mediasi seperti pada Gambar 1. Subjek dalam penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang telah menggunakan platform pembayaran digital. Penelitian ini dilakukan pada rentang waktu bulan April - Agustus 2020.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Desain penelitian menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dan desain penelitian eksplanatori (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian dilakukan di Indonesia dengan masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan platform pembayaran digital sebagai subjeknya dengan sampel yang digunakan sebanyak 385 responden. Angket disebarluaskan melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram serta melalui aplikasi komunikasi seperti WhatsApp dan Line.

Metode pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan memanfaatkan teknologi *google form* dan disebarluaskan melalui berbagai komunitas yang telah disusun secara sistematis dengan 25 pertanyaan mengenai persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), kepercayaan (TR), persepsi kegunaan (PU), dan intensi berperilaku (BI).



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi seseorang dalam melakukan pembayaran ZIS melalui penggunaan platform *crowdfunding*. Menurut Chin, minimal ukuran sampel yang digunakan PLS-SEM ialah berkisar antara 30-100 ukuran sampel (Zuhdi et al., 2016). Jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui sehingga diambil sampel berdasarkan data tertinggi dari populasi yang direkomendasikan oleh Sekaran & Bougie (2016), yaitu sebanyak 384 sampel atau di bulatkan menjadi 385

sampel dan didasarkan pada rumus Lemeshow (Suryani & Hendryadi, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel atau model yang terdapat dalam teori dan apakah sesuai dengan data yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan model indikator dan variabel laten sehingga alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Demografik Sampel

Sebanyak 385 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden tidak mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan yang diberikan. Tabel 1 menunjukkan demografik sampel.

Tabel 1. Deskripsi Demografik Sampel

Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Pria	97	25
Wanita	288	75
Umur		
15-25	302	78,44
26-35	45	11,69
36-45	15	3,89
46-55	15	3,89
56-65	8	2,08
Pendidikan		
SD	0	0
SMP	3	1
SMA	187	49
D3	22	6

Tabel 2. Model Pengukuran PLS

Variabel	Jumlah Pernyataan	Pernyataan yang dihapus	Detil Pernyataan	Main Loading	AVE	Composite Reliability (CR)	R ²
BI	3	-	BI1 BI2 BI3	0.883 0.911 0.893	0.802	0.924	0.520
PEOU	7	1	PEOU1	0.736	0.678	0.927	-

S1	163	42
S2	8	2
S3	2	1
Pekerjaan		
Pelajar	223	58
ASN/TNI/Polri	15	4
Profesional	8	2
Wirausaha	25	6
Pegawai Swasta	51	13
Pegawai BUMN	4	15
Lainnya	59	1

Sumber: Pengolahan Data (2020)

2. Analisa Data

Data dianalisa dengan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data dengan PLS-SEM adalah SmartPLS 3.0.

2.1 Evaluasi Model Pengukuran

Pada validitas konvergen, merujuk pada Tabel 2, nilai AVE diatas 0,50 untuk semua konstruk seperti BI, PEOU, PU, dan TR. Selanjutnya, *convergent validity* dikonfirmasi pada penelitian ini. Sebagai tambahan analisa *convergent validity, loading, dan cross loading* setiap konstruk dilakukan, setelah dilakukan eliminasi satu pernyataan pada PEOU dan empat pernyataan pada PU sehingga hasil *loading dan cross loading* memenuhi persyaratan. Tabel 3 menjelaskan tren data pada *loading* konstruk dan nilai *cross loadings*.

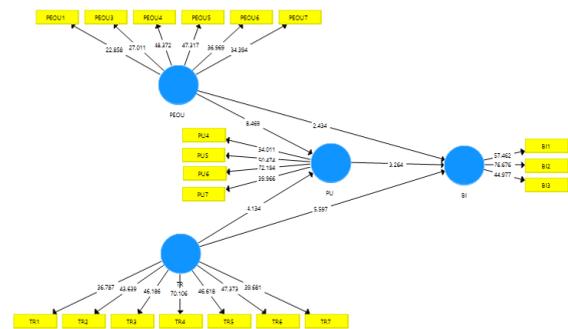
			PEOU3	0.824			
			PEOU4	0.862			
			PEOU5	0.855			
			PEOU6	0.839			
			PEOU7	0.819			
PU	8	4	PU4	0.836	0.747	0.922	0.645
			PU5	0.883			
			PU6	0.893			
			PU7	0.844			
TR	7	-	TR1	0.810	0.721	0.948	-
			TR2	0.851			
			TR3	0.869			
			TR4	0.890			
			TR5	0.854			
			TR6	0.839			
			TR7	0.828			

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Pada *discriminant validity*, merujuk pada Tabel 4, nilai AVE lebih besar dibandingkan tiap konstruk ketika dibandingkan dengan nilai AVE konstruk lainnya dan nilai *loading* juga lebih besar daripada nilai *loading* konstruk lainnya. Dapat dikatakan, *discriminant validity* sudah memenuhi. Nilai *composite reliability* juga sudah memenuhi persyaratan minimal reliabilitas data dan pengukuran, yang nilainya diatas 0,70.

2.2 Evaluasi pada Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai t-statistik pada masing-masing jalur pengaruh langsung secara parsial. Gambar 1 menjelaskan diagram jalur untuk pengujian hipotesis.



Gambar 1. Hasil Pengujian *Bootstrapping*

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Pada diagram jalur pengujian hipotesis di atas, semua indikator pada masing-masing variabel mempunyai nilai t statistik lebih besar dari 1,96 (t tabel). Pengujian hubungan antar variabel (uji hipotesis) digunakan nilai t hitung dari hasil SmartPLS 3.0 yang dibandingkan dengan nilai t tabel. Tabel 5 memberikan hasil hubungan antar konstruk (variabel).

Tabel 3. Hasil *Cross Loadings*

	BI	PEU	PU	TR
BI1	0.884	0.586	0.551	0.637
BI2	0.910	0.607	0.553	0.62
BI3	0.894	0.598	0.593	0.611
PEU1	0.521	0.736	0.616	0.722

PEU3	0.481	0.824	0.588	0.618
PEU4	0.569	0.862	0.709	0.705
PEU5	0.557	0.855	0.708	0.702
PEU6	0.555	0.839	0.642	0.648
PEU7	0.601	0.819	0.624	0.745
PU4	0.502	0.636	0.836	0.579
PU5	0.544	0.686	0.883	0.653
PU6	0.572	0.707	0.893	0.643
PU7	0.562	0.696	0.844	0.691
T1	0.564	0.686	0.574	0.810
T2	0.539	0.656	0.603	0.851
T3	0.612	0.717	0.621	0.869
T4	0.643	0.773	0.709	0.890
T5	0.601	0.765	0.694	0.854
T6	0.582	0.685	0.603	0.839
T7	0.583	0.694	0.602	0.828

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Tabel 4. Model Validitas Diskriminan

	BI	PEOU	PU	TR
BI	0.896			
PEOU	0.666	0.824		
PU	0.632	0.789	0.864	
TR	0.695	0.839	0.743	0.849

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan Tabel 5, PEOU, PU, dan TR berpengaruh positif terhadap BI. PEOU dan TR

berpengaruh terhadap PU. Hipotesis 1, 2, 3, 4, dan 5 terdukung dalam penelitian ini.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

	Original Sample	T Statistics	P Values
PEOU → BI	0.173	2.434	0.008
PEOU → PU	0.559	8.469	0.000
PU → BI	0.193	3.264	0.001
TR → BI	0.407	5.597	0.000
TR → PU	0.274	4.134	0.000

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Tabel 6. Pengujian Hipotesis (Efek Mediasi)

	Original Sample	T Statistics	P Values
PEOU→PU→BI	0.108	3.163	0.001
TR→PU→BI	0.053	2.371	0.009

Sumber: Pengolahan Data (2020)

2.3 Uji Efek Mediasi

Analisis mediasi dilakukan untuk mengkonfirmasi efek mediasi dari PU diantara pengaruh PEOU dan TR terhadap BI. Untuk

mengetahui efek mediasi PU, dapat dilihat pada Tabel 6.

3. Pembahasan

Pengujian hipotesis ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Apabila menggunakan uji t-statistik, maka pada tingkat signifikansi 5% nilai dari t-tabel adalah 1,96 dengan 385 sampel. Pengujian dengan menggunakan tingkat probabilitas adalah ketika nilai *P-Values* < 0.05, maka hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan pengujian *bootstrapping* pada Gambar 1 dapat diketahui bahwa nilai t-statistik untuk seluruh variabel memiliki nilai diatas nilai t-tabel. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji satu pihak.

3.1 Pengaruh PEOU terhadap BI

PEOU mempunyai pengaruh positif terhadap BI dalam menggunakan platform *crowdfunding* mempunyai arti bahwa semakin mudah platform *crowdfunding* digunakan, dioperasikan dan dipelajari, maka semakin tinggi pula intensi atau keinginan untuk menggunakan platform *crowdfunding* tersebut. Jika suatu sistem mudah untuk digunakan, maka pengguna tidak memerlukan usaha yang berlebih sehingga akan meningkatkan intensi untuk menggunakannya.

Hasil pengujian ini juga selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Khan & Woosley (2011) yang menyatakan bahwa keinginan untuk menggunakan atau menerapkan suatu teknologi akan sangat bergantung pada tingkat kemudahan dalam mempelajari dan menggunakannya. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar pula minat atau intensi untuk menggunakannya.

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya et al. (2016), Jaziri et al. (2019), Gefen et al. (2003), dan Patel & Patel. (2018).

Apabila dihubungkan dengan platform *crowdfunding*, maka dapat dikatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat intensi masyarakat dalam menggunakan platform *crowdfunding* adalah tingkat kemudahan dalam mengoperasikannya.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan intensi berperilaku dalam menggunakan platform *crowdfunding* adalah dengan menyederhanakan sistem platform *crowdfunding* agar semakin mudah untuk digunakan dan dipelajari.

3.2 Pengaruh PEOU terhadap PU

Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (PU) mempunyai arti bahwa semakin mudah platform *crowdfunding* dapat digunakan, semakin tinggi pula tingkat kegunaan yang dirasakan. Jika suatu sistem mudah digunakan, maka secara otomatis pula tingkat kegunaannya dan manfaatnya dapat dirasakan. Hal tersebut karena suatu teknologi tidak akan bermanfaat untuk pengguna jika teknologi tersebut sulit untuk digunakan (Fatmawati, 2015).

Hasil pengujian ini juga sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Asmy et al. (2019), Jamshidi & Hussin (2016), Hanggono et al. (2015), Rahmawati & Narsa (2019), dan Suyanto dan Kurniawan (2019).

Platform *crowdfunding* akan semakin dapat dirasakan manfaat dan kegunaannya apabila platform tersebut mudah untuk digunakan. Secara tidak langsung, hal ini juga akan berdampak terhadap intensi berperilaku dalam menggunakan platform *crowdfunding*. Hal itu dapat terjadi karena apabila suatu sistem tidak dapat digunakan dengan mudah atau individu tidak merasakan kemudahannya, maka secara

otomatis tingkat kegunaan dari suatu sistem akan berkurang (Fatmawati, 2015).

3.3 Pengaruh PU terhadap BI

Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap intensitas berperilaku mempunyai arti bahwa semakin bermanfaat dan semakin berguna platform *crowdfunding* maka semakin tinggi pula intensi atau keinginan untuk menggunakan platform *crowdfunding* tersebut. Apabila suatu sistem dalam hal ini platform *crowdfunding*, mampu untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi maka tingkat intensi atau keinginan untuk menggunakan sistem tersebut akan tinggi pula. Hal ini karena masyarakat cenderung untuk menggunakan sesuatu yang mempunyai manfaat dan sesuai dengan yang dikehendaki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap intensi berperilaku dimana sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asmy et al. (2019), Suyanto & Kurniawan. (2019), Gefen et al. (2003), Jaziri et al. (2019), Aditya et al. (2016), dan Patel & Patel (2018).

Persepsi kegunaan merupakan faktor yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap intensitas berperilaku dalam teori TAM. Tidak dirasakannya manfaat dari platform *crowdfunding* dapat disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah tingkat kemudahan yang dimiliki oleh sistem tersebut.

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan intensitas berperilaku dalam

menyalurkan ZIS melalui penggunaan platform *crowdfunding* adalah dengan meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan meningkatkan manfaat platform *crowdfunding* sehingga tingkat kegunaan yang dirasakan dapat meningkat dan dapat meningkatkan intensitas berperilaku.

3.4 Pengaruh TR terhadap BI

Hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap intensitas berperilaku menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap platform *crowdfunding* maka semakin tinggi pula tingkat intensitas atau keinginan untuk menggunakan platform *crowdfunding*. Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan transaksi, terutama pada transaksi yang bersifat daring. Kepercayaan dapat diukur pada kemampuan, kebaikan hati, dan integritas sistem platform *crowdfunding*.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa nilai *original sample* kepercayaan terhadap intensi berperilaku lebih besar daripada hubungan antara persepsi kegunaan terhadap intensi berperilaku. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan Gefen et al. (2003) berbeda dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bashir et al. (2015), Gefen et al. (2003), Islam & Khan (2019),

Jamshidi & Hussin (2016), Jaziri & Miralam (2019), Li et al. (2017), Tirdanatan et al (2014), dan Rauniar et al. (2014).

3.5 Pengaruh TR terhadap PU

Hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan terhadap platform *crowdfunding* maka akan semakin tinggi pula tingkat kegunaan yang dirasakan dalam menggunakan platform *crowdfunding*. Tingkat kegunaan suatu sistem dapat dirasakan oleh seseorang apabila kepercayaan terhadap sistem tersebut sudah terbentuk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gefen et al. (2003), Pavlou (2003), dan Priyono (2017).

Apabila dihubungkan dengan fenomena platform *crowdfunding*, salah satu yang mempengaruhi tingkat kegunaan dalam menggunakan platform *crowdfunding* adalah kepercayaan terhadap platform *crowdfunding*. Manfaat suatu sistem akan lebih dapat dirasakan apabila terdapat kepercayaan untuk menggunakannya.

Strategi atau upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan persepsi kegunaan dalam menyalurkan ZIS melalui platform *crowdfunding* dapat dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap platform *crowdfunding*. Salah satunya adalah dengan meningkatkan integritas dan transparansi.

3.6 Pengaruh PU dalam Memediasi PEOU terhadap BI

Hasil pengujian ini menunjukkan kebenaran dari teori TAM. Persepsi kemudahan penggunaan muncul sebagai aspek utama dari *e-commerce* karena memiliki efek langsung terhadap penggunaan yang dimaksudnya dan memiliki efek tidak langsung melalui kepercayaan dan manfaat yang dirasakan (Gefen et al., 2003)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap intensi berperilaku melalui persepsi kegunaan sebagai mediasi menunjukkan bahwa semakin mudah platform *crowdfunding* digunakan, dioperasikan, dan dipelajari maka meningkatkan persepsi kegunaan dari platform *crowdfunding*.

3.7 Pengaruh PU dalam Memediasi Hubungan TR terhadap BI

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan (TR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas berperilaku (BI) dengan persepsi kegunaan (PU) sebagai mediasi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pavlov (2003) yang menemukan bahwa efek kepercayaan relatif lemah terhadap niat berperilaku. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan juga bertindak secara tidak langsung pada intensi. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Priyono (2017)

bahwa kepercayaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap intensi berperilaku melalui *perceived risk* dan *perceived usefulness*.

Kepercayaan berpengaruh positif terhadap intensitas berperilaku dengan persepsi kegunaan sebagai mediasi menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan terhadap platform *crowdfunding* maka akan meningkatkan persepsi kegunaan platform *crowdfunding*.

Aspek mediasi mempunyai tujuan untuk melihat apakah variabel kepercayaan mempunyai efek memperkuat atau memperlemah model. Berdasarkan pada pengujian sebelumnya, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku, sementara itu kepercayaan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku. Jika pengaruh mediasi yang diwakilkan oleh variabel persepsi kegunaan dihilangkan, maka pengaruh kepercayaan terhadap niat berperilaku akan tetap sama, yaitu berpengaruh positif dan signifikan.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Muzaki yang mempunyai intensi untuk melakukan pembayaran zakat melalui platform *crowdfunding* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi kegunaan. Pada hasil studi lapangan, didapatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan responden dalam menggunakan platform *crowdfunding* adalah tinggi. Hal ini

mengindikasikan bahwa individu mempercayai bahwa platform *crowdfunding* sangat mudah untuk digunakan dalam membayar ZIS. Begitupula dengan kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap platform *crowdfunding*, yang berarti individu mempercayai bahwa platform *crowdfunding* dapat diandalkan, mempunyai integritas, dan bersifat akuntabel. Persepsi kegunaan responden dalam menggunakan platform *crowdfunding* adalah tinggi, hal itu menunjukkan individu percaya bahwa platform *crowdfunding* dapat meningkatkan penyaluran ZIS dan bermanfaat. Pada sisi lain, intensitas berperilaku responden adalah tinggi, yaitu individu mempercayai bahwa apabila individu mempunyai akses untuk masuk kedalam platform *crowdfunding*, maka individu tersebut akan mencoba untuk menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku. Hal ini karena individu tidak memerlukan usaha berlebih untuk mengoperasikan sistem dengan benar dan mudah untuk dipelajari sehingga intensi untuk menggunakan sistem menjadi lebih tinggi.

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Hal ini karena individu memiliki keyakinan bahwa platform *crowdfunding* mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipelajari sehingga tingkat kegunaan dari platform *crowdfunding* dapat dirasakan.

Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku. Hal ini dikarenakan individu dapat merasakan kegunaan dan manfaat dari platform *crowdfunding* sehingga tingkat intensi individu untuk menggunakan platform *crowdfunding* tersebut akan meningkat.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku. Hal ini dikarenakan individu mempunyai kepercayaan bahwa platform *crowdfunding* merupakan sistem yang mempunyai integritas, bersifat akuntabel dan dapat diandalkan sehingga intensi untuk menggunakan platform *crowdfunding* menjadi tinggi.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Hal ini karena individu mempercayai bahwa platform *crowdfunding* mempunyai integritas, bersifat akuntabel dan dapat diandalkan, dengan demikian keinginan untuk menggunakan platform *crowdfunding* akan menjadi tinggi dan manfaat serta kegunaan dari platform *crowdfunding* tersebut dapat dirasakan.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku melalui persepsi kegunaan. Hal ini karena individu percaya bahwa platform *crowdfunding* dapat digunakan dengan mudah sehingga individu dapat merasakan manfaat dan kegunaan dari platform *crowdfunding* tersebut.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku melalui persepsi kegunaan. Hal ini dikarenakan individu sangat percaya bahwa platform *crowdfunding* memiliki integritas, bersifat akuntabel dan dapat diandalkan, sehingga manfaat dan kegunaan dari platform *crowdfunding* dapat dirasakan.

2. Saran

Secara teoritis penelitian mengenai platform *crowdfunding* masih sangat terbatas terutama menggunakan teori TAM. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan menambah khazanah ilmu pengetahuan pada bidang ZIS serta memanfaatkan teknologi dalam penghimpunan ZIS.

Secara empiris, penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi pertimbangan organisasi pengelola zakat di Indonesia mengenai penghimpunan zakat melalui platform *crowdfunding*.

Tingginya tingkat penggunaan internet di Indonesia dapat menjadi salah satu alasan bahwa penghimpunan ZIS menggunakan internet terutama *crowdfunding* memiliki potensi yang sangat besar. Pada sisi lain, ketika terjadi suatu hal yang tak terduga terjadi seperti wabah COVID-19 yang mewajibkan adanya aturan *social distancing*, menjadikan pembayaran ZIS secara digital sebagai solusi alternatif yang dapat dilakukan.

Platform *crowdfunding* harus berupaya untuk menyederhanakan sistem platform *crowdfunding* agar sistem mudah digunakan.

Salah satunya adalah dengan menyederhanakan fitur.

Platform *crowdfunding* harus mampu meningkatkan integritas, transparansi data, dan akuntabilitas dana ZIS sehingga akan timbul kepercayaan dari masyarakat terhadap platform *crowdfunding*. Salah satunya adalah dengan rutin mengunggah laporan keuangan.

Dikarenakan penelitian mengenai platform *crowdfunding* sebagai salah satu wadah penyalur ZIS masih sedikit dilakukan di Indonesia, sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan variabel *perceived risk*, *perceived enjoyment*, dan *promoting effectiveness*. Penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan data responden mengenai pendapatan serta dipisahkan antara ZIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral intention* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging Line di Indonesia. *Siasat Bisnis*, 20(1), 24-32.
- Asmy, M., Hassanudin, Anwar, & Ahmad. (2019). A Proposed Integrated Zakat-Crowdfunding Model (IZCM) for Effective Collection and Distribution of Zakat Fund in Malaysia. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 1-12.
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer Attitude and Behavioural Intention Towards Internet Banking Adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67-102.
- BAZNAS. (2019). Outlook Zakat Indonesia 2019.
- BAZNAS. (2020). Outlook Zakat Indonesia 2020.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). *Crowdfunding: Tapping the Right Crowd*. *Journal of Business Venturing*, 29, 585-609.
- CNBC Indonesia. (2019, Januari 04). *Berhasil Himpun Dana Rp396 T, Apa Itu Crowdfunding?* Retrieved Februari 10, 2020, from Berita Tech: cnbcindonesia.com
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model* (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9(1).
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. (2003). *Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model*. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2015). Analisis Atas Praktek TAM (*Technology Acceptance Model*) dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(1).
- Hijriana, S., Nisa F, S. A., & Nugroho, V. A. (2018). Role of Financial Technology in Zakah Optimization. *International Conference of Zakah 2018 Proceedings*.
- Islam, M. T., & Khan, M. A. (2019). Factors Influencing the Adoption of *Crowdfunding* in Bangladesh: A Study of Start-up Entrepreneurs. *Information Development*, 1-18.
- Jamshidi, D., & Hussin, N. (2016). Forecasting Patronage Factors of Islamic Credit Card as A New E-Commerce Banking Service An Integration of TAM with Perceived Religiosity and *Trust*. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), 378-404.
- Jaziri, R., & Miralam, M. (2019). Modelling the *Crowdfunding* Technology Adoption Among Novice An Extended TAM Model. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(1).
- Khan, A., & Woosley, J. M. (2011). Comparison of Contemporary *Technology Acceptance Model* s and Evaluation of the Best Fit for Health Industry Organizations. *IJCSSET*, 1(11), 709-717.

- Kholid, M. N. (2018). Keberterimaan Muzaki terhadap Zakat *Crowdfunding* di Indonesia: Preliminary Research. *Conference of Islamic Management, Accounting, and Ecoomics (CIMA)E Proceeding, 1*, 52-58.
- Khollid, M. N. (2018). Keberterimaan Muzaki Terhadap Zakat *Crowdfunding* di Indonesia: Preliminary Research. *Cimae, 1*, 52-58.
- Li, Y.-Z., He, T.-L., Song, Y.-R., Yang, Z., & Zhou, R.-T. (2017). Factors Impacting Donors' Intention to Donate to Charitable Crowdfunding Project in China: A UTAUT-Based Model. *Information, Communication & Society, DOI* : 10.1080/1369118X.2017.1282530.
- Manara, A. S., Permata, A. E., & Pranjoto, G. H. (2018). Strategy Model for Increasing the Potential of Zakat through the *Crowdfunding-Zakat* System to Overcome Poverty in Indonesia. *Internationa Journal of Zakat: Special Issue on Zakat Conference 2018*, 17-31.
- Mubarokah, I., Beik, I. S., & Irawan, T. (2017). Dampak Zakat terhadap Kemiskinan dan Kesejahteraan Mustahik (Kasus : BAZNAS Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Al-Muzara'ah, 5(1)*, 2337-6333.
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan *Crowdfunding* di Indonesia. *Ekonika, 4(1)*, 34-46.
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of Internet Banking Service in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing, 36(1)*, 147-169.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptence of Electronic Commerce: Integrating *Trust* and Risk with the *Technology Acceptance Model* . *International Journal of Electronic Commerce, 7(3)*, 101-134.
- Pikiran Rakyat. (2019, Oktober 3). *Dana Zakat yang Dihimpun Lewat Teknologi Digital Setiap Tahun Meningkat*. Retrieved April 4, 2020, from <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01320418/dana-zakat-yang-dihimpun-lewat-teknologi-digital-setiap-tahun-meningkat>
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh *Trust* dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis, 21(1)*, 88-106.
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Actual Usage Penggunaan E-Learning dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan, 6(2)*.
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2014). *Technology Acceptance Model (TAM)* and Social Media Usage: An Empirical Study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management, 27(1)*, 6-30.
- republika.co.id. (2018, Sep 01). *Asosiasi Sebut Jumlah Fintech Syariah Semakin Bertambah*. Retrieved April 16, 2019, from republika.co.id
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business A Skill-Building Approach*. United States of America: Wiley & Sons Ltd.
- Sitanggang, M. H. (2018). Memahami Mekanisme *Crowdfunding* dan Motivasi Berpartisipasi dalam Platform Kitabisa.com. *Interaksi Online, 6(3)*.
- Surendran, P. (2012). *Technology Acceptance Model : A Survey of Literature*. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR), 2(4)*.
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika, 16(1)*.
- Tirdanatan, N. U., Georgina, V., & Sun, Y. (2014). Evaluasi Good Corporate Governance Atas Kebutuhan Donatur Pada Penerapan *Crowdfunding* di Indonesia: Studi Kuantitatif dan Kualitatif Pada Efekrumahkaca.net, Patungan.net, dan Wujudkan.com. *CornTech, 5(1)*, 123-135.
- W Mahri, A., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Plaform. *International Conference of Zakat 2019 Proceedings*.

Zuhdi, Suharjo, B., & Sumarno, H. (2016).
Perbandingan Pendugaan Parameter

Koefisien Struktural Model Melalui SEM
dan PLS-SEM. *JMA*, 15(2), 11-22.