

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PERILAKU MUSLIM MENGUNAKAN *PLATFORM CROWDFUNDING* ZAKAT: TEORI UTAUT MODEL

Salsabilla Siagian, Yenni Samri Juliati Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: salsabilla siagian@gmail.com, yenni.samri@uinsu.ac.id

Abstract

This research aims to identify factors that influence the behavioral intentions of Muslims in using the zakat crowdfunding platform in the North Sumatra region. By adopting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), this research involved 100 respondents as samples selected using a simple random sampling method. Data was collected via questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results showed that performance expectations and facilitation conditions did not have a significant influence on behavioral intentions. On the other hand, social influencers and Effort Expectancy have a significant influence on behavioral intentions. Multiple linear regression analysis yielded a structural equation that explained 86.4% of the variation in behavioral intentions. These findings have an important impact for zakat managers and crowdfunding platforms to understand the factors that motivate or hinder people's intentions to use digital technology to distribute zakat. With this understanding, strategies can be implemented to develop and improve services to support more effective and efficient zakat collection in the North Sumatra region.

Key words: Behavioral Intention; Crowdfunding; UTAUT

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku muslim dalam menggunakan *platform crowdfunding* zakat di wilayah Sumatera Utara. Dengan mengadopsi Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel yang dipilih dengan metode simple random sampling. Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Sebaliknya, *social influencer* dan *effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan struktural yang menjelaskan 86,4% variasi dalam *behavioral intention*. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola

zakat dan *platform crowdfunding* untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi atau menghambat niat masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk menyalurkan zakat. Dengan pemahaman ini, dapat dilakukan strategi pengembangan dan peningkatan layanan untuk mendukung penghimpunan zakat yang lebih efektif dan efisien di wilayah Sumatera Utara.

Kata kunci: Niat Perilaku; *Crowdfunding*; UTAUT

PENDAHULUAN

Penelitian yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (Badan Amil Zakat Nasional, BAZNAS), Pusat Kajian Strategis mengungkap besarnya potensi zakat bagi umat Indonesia pada tahun 2020 berjumlah Rp 372,6 triliun. Dampak dari temuan ini adalah sangat positif bagi Indonesia yang bahkan berhasil menyandang predikat negara paling dermawan di dunia pada tahun 2021 menurut *Charities Aid Foundation* (CAF). Keberhasilan ini meningkatkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) sebagai alat yang ampuh untuk mendukung kesejahteraan masyarakat dan berfungsi sebagai instrumen jaminan sosial (Saad & Haniffa, 2014). Namun sayangnya, meskipun potensinya cukup besar, namun Implementasi pengumpulan ZIS di lapangan masih belum maksimal sehingga perlu adanya inovasi pendekatan dalam pengumpulan ZIS (Ahimsa et al., 2023).

Salah satu inovasi yang diterapkan adalah pemanfaatan teknologi digital. Upaya pertama adalah dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam menyumbang zakat dan memberikan ilmu tentang teknologi digital kepada Organisasi Pengelola Zakat khususnya di tingkat daerah. Itu upaya kedua berfokus pada pembuatan pedoman yang jelas untuk digitalisasi pembayaran ZIS. Upaya ketiga memanfaatkan teknologi mutakhir seperti big data dan kecerdasan buatan (AI) untuk menyederhanakan proses pelayanan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) untuk muzaki.

Di Indonesia, penduduknya didominasi oleh agama Islam yaitu sebesar 81,26% dari total penduduk (BPS, 2022). Penetrasi penggunaan internet melalui hasil survei APJII 2022-2023 terhadap pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang dan jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, pengetahuan dan kemampuan mengoperasikan teknologi masyarakat Indonesia

menunjukkan angka yang cukup baik sebagaimana survei yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2022, Indeks Literasi Digital mencapai 62% (Haryanto et al., 2023). Merujuk data, Baznas di Indonesia saat ini menjalankan layanan digitalisasi zakat, yakni dengan menggandeng *platform crowdfunding* yang sudah ada dan memanfaatkan teknologi finansial, antara lain platform Kitabisa.com, layanan transfer bank melalui Gopay, OVO, Shopeepay, Dana & Paytren. Pelayanan tersebut berlanjut hingga saat ini. Artinya potensi penghimpunan zakat, infak dan sedekah pada Baznas di Indonesia cukup besar.

Menurut Pemberian Amal Institut Blackbaud Laporan tahun 2020, pertumbuhan donasi online adalah 21% dari tahun ke tahun. Donasi online dibuat menggunakan perangkat seluler diperkirakan mencapai 28%. Pertumbuhan berbasis iman kontribusi menggunakan platform online pada tahun 2020 juga tumbuh sebesar 17,7% (MacLaughlin et al., 2021). Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya penggunaan media digital untuk pembayaran donasi, termasuk kontribusi berbasis agama. Zakat merupakan sumbangan berbasis agama yang menjadi tanggung jawab umat Islam. Zakat adalah salah satunya dari lima rukun Islam sangat ditekankan dalam Al-Quran karena kritisnya nilai (Sabiq, 2013). Zakat juga dapat mempererat hubungan vertikal antar sesama manusia dan Allah SWT karena merupakan bentuk pengabdian hamba kepada Yang Maha Kuasa. Selain itu zakat bertujuan untuk meningkatkan hubungan horizontal antar umat manusia berkaitan dengan gejolak akibat permasalahan kesenjangan hidup (Hasan, 2001). Zakat juga berperan peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan potensi yang dimiliki zakat nasional (Muhammad & Saad, 2016).

Adanya *fintech* memberi kemudahan bagi muzaki untuk menyalurkan zakat. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi niat muzaki berzakat melalui *fintech*. Peneliti menentukan faktor tersebut berdasarkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi atau dikenal sebagai model *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT). UTAUT merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna

terhadap teknologi informasi. UTAUT dirumuskan dengan 4 determinan inti dari niat dan penggunaan (*intention and usage*) yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions* (Anjaswati & Berakon, 2022). Model UTAUT ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti untuk menguji niat perilaku mangadopsi inovasi teknologi Diantaranya (Sulaeman & Ninglasari, 2020; Yahaya & Ahmad, 2019)

Kajian mengenai zakat menunjukkan bahwa penelitian zakat bersifat multidisiplin dan berkaitan erat fenomena sosial dan pemanfaatan zakat (Rahman et al., 2021). Selain itu, Kajian zakat juga menjadi perdebatan dalam konteks agama (Osmera & Salih, 2021), kerangka kelembagaan (Cokrohadisumarto et al., 2020), perannya terhadap kemiskinan pengentasan (Razak, 2020) dan pengelolaan distribusi zakat (Andiani et al., 2018). Penelitian tentang perilaku zakat dan penggunaan platform digital memiliki juga menjadi topik yang menarik di kalangan peneliti baru-baru ini. (Kasri & Yuniar, 2021; Purwanto & Loisa, 2020).

Penelitian mengenai perilaku zakat menggunakan *platform digital* menjadi penting mengingat masih kurangnya hal tersebut realisasi penghimpunan zakat dibandingkan dengan potensi yang ada. Penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana perilaku muzaki menggunakan media digital. (Cahyani et al., 2022)

Pada penelitian ini, peneliti menjadikan muzaki di wilayah Sumatera Utara sebagai objek. Adapun hal yang melatarbelakangi yakni karena keadaan demografi masyarakat Sumatera Utara. Pertama, tingginya persentase jumlah penduduk Utara yang beragama Islam yaitu sebesar 66,43%. Kedua, besarnya persentase penduduk Sumatera yang menguasai atau memiliki telepon seluler. Ketiga, peningkatan jumlah penghimpunan zakat (BPS, 2022).

Zakat dan *Financial Technology*

Zakat didefinisikan sebagai pendistribusian kekayaan kepada yang berhak menerima dengan tujuan untuk mencapai keseimbangan sosial (Najed, 2015). Menurut (Abbas, 2017), secara bahasa zakat berarti suci, bertambah, berkah, terpuji, dan tumbuh. Sedangkan secara istilah syariah,

zakat adalah sebagian harta (tertentu) yang harus diberikan kepada orang yang berhak menerima dengan syarat tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut, zakat digunakan untuk membersihkan diri dari sifat tamak dan kikir. Selain itu, zakat merupakan bukti nyata bahwa Islam mengajarkan pentingnya persaudaraan dan sifat tolong-menolong (Triyawan, 2016). Zakat adalah ibadah yang memiliki nilai ganda yaitu, *hablum minallah* dan *hablum minannas*. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang menyalurkan zakat akan memiliki tingkat keimanan yang lebih tinggi terhadap Allah Swt. dan akan mempererat hubungan sosial masyarakat. Berzakat dilakukan sebagai sarana kontribusi dalam bidang sosial ekonomi dan bukan sekedar menggugurkan kewajiban. Oleh karena itu, dana zakat yang diperoleh dianjurkan untuk digunakan dalam membantu keuangan masyarakat yang berhak menerima. (Anjaswati & Berakon, 2022).

Sebagai upaya mewujudkan kesejahteraan sosial ekonomi, masyarakat Muslim berusaha mengelola zakat secara profesional. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, mendorong terbentuknya teknologi digital dalam bidang keuangan yaitu *fintech*. Dimana organisasi zakat secara global juga mulai mengadopsi *fintech* dalam menjalankan operasionalnya. *Fintech* merupakan inovasi digital dan inovasi bisnis berbasis teknologi di sektor keuangan. Inovasi yang dimaksud dapat mengganggu struktur bisnis yang ada, membiaskan batas industri, serta merevolusi perusahaan agar dapat menciptakan produk jasa dan layanan agar dapat mengaburkan batas ruang dan waktu. Contoh akan inovasi yang ada berupa *cyptocurrencies*, *blockchain*, *trading systems*, *peer-to-peer lending*, *crowdfunding*, *artificial intelligence*, *digital advisor*, dan *digital payment*. (Putri & Herman, 2022).

(Schwienbacher & Larralde, 2010) dalam (Mollick, 2014) mendefinisikan *crwodfunding* sebagai "panggilan terbuka, pada dasarnya melalui Internet, untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan atau dalam pertukaran untuk beberapa bentuk penghargaan dan/atau hak suara untuk mendukung inisiatif untuk tujuan tertentu.". Akan tetapi (Schwienbacher & Larralde, 2010) dalam definisinya tidak membahas tujuan *crwodfunding* itu sendiri dan tujuan

para investor ketika memberikan dananya. Dalam perkembangannya setiap orang dapat mengakses *crowdfunding* dengan tujuan pendanaan yang bervariasi. (Putri & Herman, 2022).

Menurut (Saparudin, 2019) *digital payment* atau pembayaran digital adalah sebuah cara pembayaran yang menggunakan media berteknologi seperti SMS, *mobile banking*, *internet banking*, *digital wallet* dan lainnya. Sehingga dapat dicontohkan yang termasuk ke dalam pembayaran *digital* seperti BSI mobile, Dana, OVO, GoPay dan sebagainya. Pembayaran digital membutuhkan koneksi internet dalam melakukan pertukaran dana yang mana terhubung langsung ke dalam rekening nasabah, sehingga ketika nasabah melakukan transaksi maka dana yang ada pada rekening nasabah akan otomatis terpotong sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan (Putri & Herman, 2022).

UTAUT

Model UTAUT diperkenalkan dan dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis (2000). UTAUT ini menggabungkan delapan model berdasarkan penerimaan teknologi. Model dan teori yang dikembangkan diantaranya *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *PC Model of Utilization* (MPTU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT) dan penggabungan TAM dan TPB (Diniyah, 2021; Venkatesh et al., 2003).

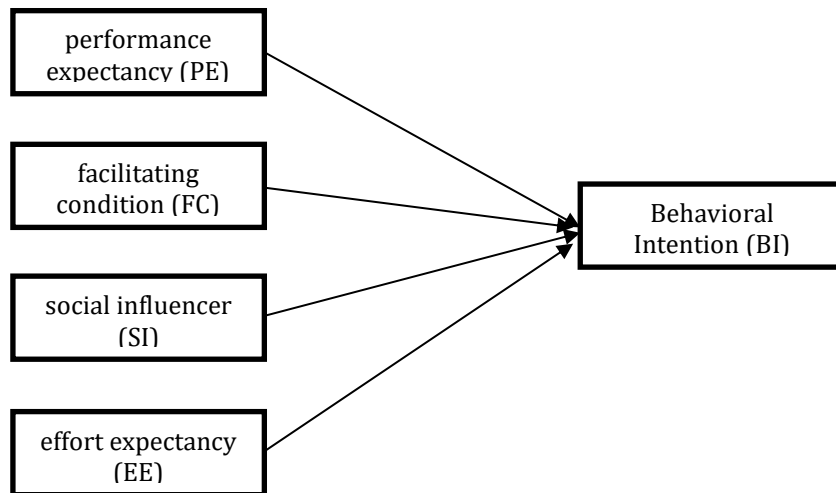
Pengembangan model UTAUT memiliki empat determinan utama dalam mengadopsi teknologi informasi baru diantaranya *performance expectancy* (PE), *facilitating condition* (FC), *social influencer* (SI) dan *effort expectancy* (EE) (Venkatesh et al., 2003). Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan model UTAUT dalam mengadopsi teknologi produk baik itu sektor perbankan maupun filantropi Islam seperti halnya zakat dan wakaf yang menggunakan layanan fintech.

Diantaranya (Sulaeman & Ninglasari, 2020) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan menggunakan *platform crowdfunding* zakat dengan mengadopsi model UTAUT hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kecuali kondisi fasilitas

berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *platform crowdfunding* berbasis zakat. (Mahri et al., 2019) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi muzaki menerima dan menggunakan *platform* untuk pembayaran zakat online dengan mengadopsi model UTAUT.

Selain itu (Yahaya & Ahmad, 2019) menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan asnaf dalam menggunakan *mobile banking* untuk penyaluran zakat dengan mengadopsi model UTAUT, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kecuali *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan mobile zakat untuk distribusi zakat di Malaysia.

Adapun fokus kajian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku muslim dalam menggunakan *platform crowdfunding* zakat di wilayah Sumatera Utara dengan memfokuskan pada variabel-variabel yang digambarkan seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Pola Hubungan Antarvariabel

1. H_0 : *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.
 H_1 : *Performance expectancy* berpengaruh terhadap perilaku *behavioral intention*.
2. H_0 : *Facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

- H₁ : *Facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.
3. H₀ : *Social influencer* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.
- H₁ : *Social influencer* berpengaruh terhadap perilaku *behavioral intention*.
4. H₀ : *Effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap perilaku *behavioral intention*.
- H₁ : *Effort expectancy* berpengaruh terhadap perilaku *behavioral intention*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat muslim di kota Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan penyampelan acak sederhana (*simple random sampling*) dengan penentuan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Teknik pengumpul data yang digunakan dalam penelitian yaitu angket (kuesioner). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Proses pengolahan data menggunakan SPSS 25. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel eksogen yaitu *performance expectancy* (PE), *facilitating condition* (FC), *social influencer* (SI) dan *effort expectancy* (EE) dan 1 variabel endogen yaitu *behavioral intention* (BI).

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R Hitung					R Tabel	Keterangan
	X1	X2	X3	X4	Y		
1	0.849	0.926	0.940	0,900	0,846	0,1966	Valid
2	0.895	0.909	0.868	0,878	0,934	0,1966	Valid
3	0.928	0.900	0.914	0,805	0,906	0,1966	Valid
4	0.928	0.909	0.896	0,853	0,891	0,1966	Valid

Sumber: data olahan SPSS 25

Pengujian validitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel: *performance expectancy* (X1), *facilitating condition* (X2), *social influencer* (X3), *effort expectancy* (X4) dan *Behavioral Intention* (Y).

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0.841	0,60	Reliabel
Facilitating Condition (FC)	0.843	0,60	Reliabel
Social Influencer (SI)	0.841	0,60	Reliabel
Effort Expectancy (EE)	0,832	0,60	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,840	0,60	Reliabel

Sumber: data olahan SPSS 25

Pengujian di atas memperlihatkan seluruh variabel reliabel terhadap nilai Cronbach Alpha yang melebihi 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.84409735
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.056
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data olahan SPSS 25

Bersumber pada pengujian di atas tampak jika *Asimp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,139. Sebab *Asimp. Sig (2-tailed)* > tingkat *of significant* ($\alpha=0.05$) ataupun $0,139 > 0,05$, sehingga model regresi yang dipakai pada riset ini berdistribusi wajar. Dengan begitu, anggapan ataupun persyaratan normalitas dalam bentuk regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

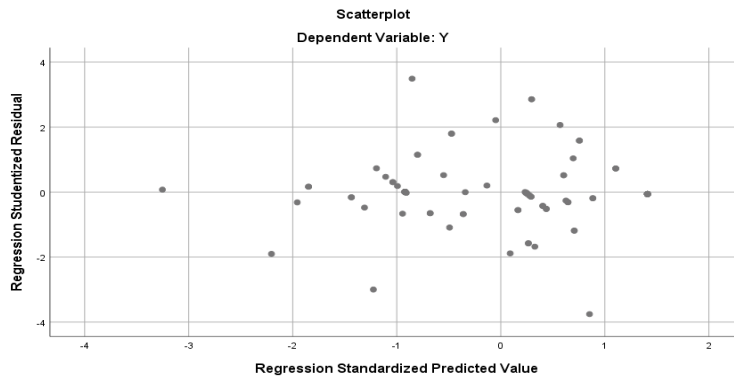
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.141	.684		-.207	.837		
	X1	.040	.065	.040	.614	.541	.342	2.921
	X2	.157	.085	.149	1.851	.067	.219	4.565
	X3	.170	.070	.162	2.433	.017	.323	3.092
	X4	.644	.073	.637	8.766	.000	.271	3.695

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data olahan SPSS 25

Pengujian multikolinearitas memperlihatkan seluruh variabel independen (*performance expectancy*: 0,342; *facilitating condition*: 0,219; *social influencer*: 0,323; dan *effort expectancy*; 0,271) mempunyai nilai statistik *tolerance* yang melebihi 0,1. Selanjutnya, nilai statistik VIF semua variabel independen memperlihatkan nilai yang kurang dari 10, yakni *performance expectancy*; 2,921; *facilitating condition*: 4,565; *social influencer*: 3,092; dan *effort expectancy*: 3,695. Oleh sebab itu, hasil uji tabel di atas menyimpulkan seluruh variabel bebas (independen) yang dipakai pada riset ini tidak memperlihatkan adanya indikasi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data olahan SPSS 26

Pengujian heteroskedastisitas memperlihatkan hasil data persebaran mengenai titik tidak terkumpul hanya di atas dan juga tidak terkumpul hanya di bawah saja namun menyebar ke segala arah sekitar angka 0. Lalu, penyebaran titik data tidak memperlihatkan bentuk gelombang yang melebar lalu mengecil dan kembali melebar, dan titik tidak memperlihatkan suatu bentuk pola. Oleh sebab itu, dapat ditarik kesimpulan dalam model regresi yang dilakukan dalam riset ini tidak memperlihatkan adanya indikasi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5

Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) dan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.141	.684		-.207	.837
	X1	.040	.065	.040	.614	.541
	X2	.157	.085	.149	1.851	.067
	X3	.170	.070	.162	2.433	.017
	X4	.644	.073	.637	8.766	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai statistik *Standardized Coefficients* beta pada setiap variabel, dapat disimpulkan persamaan struktural untuk uji regresi linier

berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$Y = -0,141 + 0,040performance\ expectancy + 0,157\ facilitating\ condition + 0,170\ social\ influencer + 0,644\ effort\ expectancy + 0,684$$

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian tersebut mampu memperlihatkan *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, *social influencer* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6

Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.930 ^a	.864	.858	1.404	1.970
a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: data olahan SPSS 26

Model penelitian memperlihatkan jika persentase pengaruh yang diakibatkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 86,4%. Selebihnya sebesar 13,6% dihasilkan dari variabel yang lain selain riset ini.

Uji F

Tabel 9

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1192.090	4	298.022	151.159	.000 ^b
	Residual	187.300	95	1.972		
	Total	1379.390	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2						

Sumber: data olahan SPSS 26

Pengujian tersebut mampu memperlihatkan *performance expectancy*, *facilitating condition*, *social influencer* dan *effort expectancy* secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*.

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya Purwanto & Loisa (2020), yang menunjukkan bahwa kurangnya signifikansi *performance expectancy* terhadap niat berdonasi dapat dikaitkan dengan sikap para pengguna *platform digital* yang lebih memprioritaskan keinginan untuk membantu (ZIS) pihak yang membutuhkan daripada fokus pada kinerja sistem yang ada. Temuan tersebut bertentangan dengan pandangan dari penelitian lain Hoang et al. (2021) dan Musahidah & Sobar (2021), yang menyatakan bahwa muzaki yang memiliki niat menggunakan layanan *digital payment* dan *crowdfunding* lebih menyadari manfaat sistem dalam meningkatkan kinerja pengguna, sehingga pemanfaatan *platform digital payment* dan *crowdfunding* menjadi lebih optimal dan memberikan dampak yang lebih besar.

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang ditemukan oleh Putri & Mahadian (2021) yang membuktikan bahwa *facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavior intention*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan bahwa organisasi telah mendukung penerapan teknologi dalam sistem pembayaran digital, tidak memberikan dampak yang berarti bagi tingginyaniat atau kecenderungan UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi untuk mengadopsi dan menggunakan digital payment QRIS. Di sisi lain, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Chaidir et al. (2021) dan Heryanto (2021), yang membuktikan bahwa *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel *social influencer* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Temuan dari

penelitian ini searah dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Diniyah (2021) dan Yahaya & Ahmad (2019). Fasilitas yang mendukung *platform crowdfunding* zakat, di mana individu memiliki keyakinan bahwa semakin baik kondisi fasilitasnya, akan semakin mendorong penggunaan *platform crowdfunding* berbasis zakat. Contohnya, adanya fasilitas seperti komputer dan smartphone sangat membantu dalam memanfaatkan *fintech* berbasis zakat *crowdfunding*.

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sulaeman & Ninglasari (2020) dan Mahri et al. (2019). *Muzaki* akan memilih untuk menggunakan layanan tersebut dalam melakukan pembayaran zakat ketika merasakan kenyamanan dan kemudahan dalam mengoperasikan *platform* tersebut. Diharapkan bahwa model *platform* ini mampu membentuk persepsi positif pada muzaki, mendorong mereka untuk menggunakan *platform crowdfunding* zakat sebagai sarana untuk mengembangkan zakat produktif.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku Muslim dalam menggunakan *platform crowdfunding zakat* di Sumatera Utara. Dengan menggunakan Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), hasil menunjukkan *performance expectancy* dan *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, sementara *social influencer* dan *effort expectancy* berpengaruh signifikan. Analisis regresi linier berganda menunjukkan persamaan struktural dengan 86,4% variasi dalam *behavioral intention*. Implikasinya penting bagi pengelola zakat dan *platform crowdfunding* untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi atau menghambat niat masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk menyalurkan zakat di Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, A. S. (2017). *Zakat: Ketentuan dan Pengelolaannya*. Anugrah Berkah

Sentosa.

- Ahimsa, E. A., Sudarsono, H., Ghoni, M. A., & Affandi, T. (2023). Understanding muzaki adoption of digital zakat payments in Indonesia. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship (RISFE)*, 2023(2), 182–193. <https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss2.art7>
- Andiani, K., Hafidhuddin, D., Beik, L. S., & Ali, K. M. (2018). Strategy of BAZNAS and Laku Pandai For Collecting and Distributing Zakah in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), 417–220. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.6943>
- Anjaswati, N., & Berakon, I. (2022). UTAUT dan Kepuasan Berzakat Melalui Fintech: Peran Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 199–222. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13689>
- 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. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (2021). penggunaan Aplikasi Mobile Banking pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–77. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Cokrohadisumarto, W., Zaenuddin, Z., Santoso, B., & Sumiati, S. (2020). A study of Indonesian community's behaviour in paying zakat. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 961–976. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0208>
- Diniyah, F. (2021). 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>
- Haryanto, R., Ady Bakri, A., ES Samosir, H., Idris, D. L., Fauzan, T. R., & Agustina, W. (2023). Digital Literacy and Determinants of Online Zakat Payments Lessons from Indonesia Experience with Utaut. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(4), e575. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.575>
- Hasan, A. (2001). *Tuntunan Puasa dan Zakat*. Raja Grafindo Persada.
- Heryanto. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pengguna Mobile Banking BCA: Studi pada Gen Y. *Jurnal*

- Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 354–359. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12791>
- Hoang, T. H., Duong, T. H. N., & Pham, H. T. (2021). An empirical analysis of factors affecting the intention of using digital wallets in Vietnam. *J. Int. Econ. Manag.*, 21(1), 86–107. <https://doi.org/10.38203/jiem.021.1.0024>
- 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>
- MacLaughlin, S., Perroti, E., Thompson, A., & Velleke, A. (2021). Charitable Giving Report: Using 2020 Data to Transform Your Strategy. *Blackbaud Institute*.
- Mahri, A. J. W., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing factors of muzaki use and receive zakat payment platform. *International Conference of Zakat*. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176>
- Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Muhammad, S. A., & Saad, R. A. J. (2016). Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 520–527. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.029>
- Musahidah, U., & Sobar, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *J. Ekon. DAN Perbank. SYARIAH*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- Najed, M. N. H. (2015). *Ekonomi Zakat*. LbH Press STAIN Parepare.
- Osmera, K., & Salih, S. (2021). Sustainable Zakat Distribution through Wakalah Contract. *International Journal of Zakat*, 6(1), 49–70. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i1.250>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The intention and use behaviour of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(6), 2757–2767. <https://www.researchgate.net/publication/343230847>
- Putri, T. M., & Herman, S. (2022). Pengaruh Model Penerimaan Teknologi dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Niat Transaksi Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) Berbasis Digital (Studi Kasus Jabodetabek). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 186–214.

- <https://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/istimrar/article/view/149>
- Putri, V., & Mahadian., A. B. (2021). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Pendukung terhadap Minat Pemanfaatan Aplikasi E-Clinic di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–12. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14998>
- Rahman, S. M. A., Wahid, K. A., Nafi, M. N. A., Awang, S., Setapa, M., & Paizin, M. N. (2021). Bibliometric Analysis of Zakat Research in Scopus Database. *Journal of Zakat*, 6(1), 13–24. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i1.253>
- Razak, S. H. A. (2020). Zakat and waqf as instrument of Islamic wealth in poverty alleviation and redistribution: Case of Malaysia. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(3–4), 249–266. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-11-2018-0208>
- Saad, R. A. J., & Haniffa, R. (2014). Determinants of zakah (Islamic tax) compliance behavior. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5(2), 182–193. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2012-0068>
- Sabiq, S. (2013). *Fiqih Sunnah Jilid 2*. Darul Fath.
- Saparudin, D. (2019). *10 Aplikasi Pembayaran Digital yang Paling Populer Saat Ini*. <https://carisinyal.com/jenis-pembayaran-digital-populer/>
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures: Handbook of entrepreneurial finance*. Oxford University Press.
- Sulaeman, & Ninglasari, S. Y. (2020). An empirical examination of factors influencing the behavioural intention to use zakat based crowdfunding platform model for countering the adverse impact of covid-19 on MCMEs in Indonesia. *International Conference of Zakat Proceedings*. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020.218>
- Triyawan, A. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat di BAZNAS Yogyakarta. *MIS Quarterly*, 36(1), 53–69. <https://doi.org/10.21111/iej.v2i1.970>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Yahaya, M. H., & Ahmad, K. (2019). Factor affecting the acceptance of financial technology among asnaf for the distribution of zakat in

Salsabila Siagian: Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim ...

selongor- a studi using UTAUT. *Journal of Islamic Finance*. (2019), 35-46. <https://doi.org/10.31436/jif.v8i0.345>