

Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*: Peran Kemudahan, Efektivitas Penyaluran, Kondisi Pendukung, dan Pengaruh Sosial

Karen Cahyaingrum Hasim¹, Syurmita Syurmita², Muhammad Abdul Ghoni³

^{1,2,3}) Universitas Al-Azhar Indonesia (UAI), Indonesia

Abstract

This study examines the factors influencing individuals' intention to pay zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) through fintech crowdfunding platforms. The factors investigated include perceived ease of use, distribution effectiveness, facilitating conditions, and social influence. Data were collected through an online survey, resulting in 138 usable responses, and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that distribution effectiveness, facilitating conditions, and social influence have positive and significant effects on the intention to pay ZIS through fintech crowdfunding. Social influence demonstrates the strongest effect among the examined variables. In contrast, perceived ease of use does not significantly affect payment intention, indicating that ease of access and platform operation may already be regarded as standard features by digital users. Collectively, the four variables explain 76.5% of the variation in payment intention. These findings suggest that ZIS institutions and fintech providers should not rely solely on user-friendly platforms. Greater emphasis should be placed on transparent fund distribution, adequate technical and informational support, and socially oriented campaigns involving religious figures, communities, families, and existing users. Such strategies may strengthen public confidence and encourage the continued use of fintech crowdfunding for ZIS payments.

Keywords: Distribution Effectiveness; Facilitating Conditions; Fintech crowdfunding; Perceived Ease of Use; Social Influence; Zakat, Infaq, and Sadaqah.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform fintech crowdfunding. Faktor yang diuji meliputi persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial. Data dikumpulkan melalui survei daring dan menghasilkan 138 jawaban responden yang dapat dianalisis. Pengujian dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui fintech crowdfunding. Pengaruh sosial merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling kuat. Sebaliknya, persepsi kemudahan tidak

Article History:

History: Received : 12/05/2026; Revised: 01/11/2026; Accepted : 01/28/2026

Corresponding Author: abdul.ghoni@uai.ac.id

All current issues and full text available at: <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps>

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

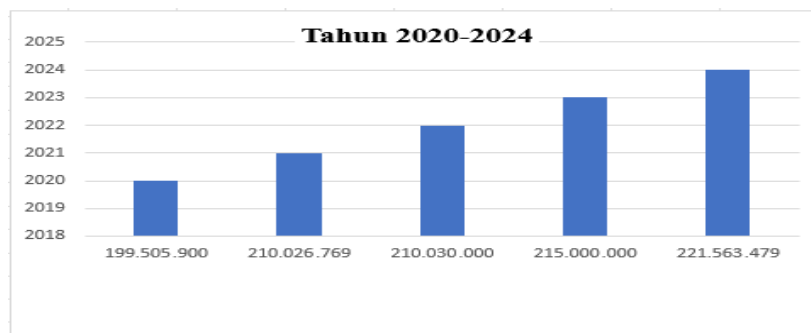
berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa kemudahan akses dan penggunaan platform kemungkinan telah dipandang sebagai karakteristik standar oleh pengguna layanan digital. Secara simultan, keempat variabel mampu menjelaskan 76,5% variasi minat membayar ZIS melalui fintech crowdfunding. Temuan ini menunjukkan bahwa lembaga pengelola ZIS dan penyedia fintech tidak cukup hanya menyediakan platform yang mudah digunakan. Transparansi penyaluran dana, dukungan teknis dan informasi yang memadai, serta kampanye sosial yang melibatkan tokoh agama, komunitas, keluarga, dan pengguna perlu diperkuat untuk meningkatkan kepercayaan dan keberlanjutan penggunaan fintech crowdfunding dalam pembayaran ZIS.

Kata Kunci: Efektivitas Penyaluran; Fintech crowdfunding; Kondisi Pendukung; Pengaruh Sosial; Persepsi Kemudahan; Zakat, Infak, dan Sedekah.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah berbagai aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk transaksi keuangan dan penghimpunan dana sosial. Perubahan tersebut didukung oleh meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari total populasi pada tahun 2024. Tingkat penetrasi internet juga menunjukkan peningkatan dari 73,7% pada tahun 2020 menjadi 77,01% pada tahun 2022, 78,19% pada tahun 2023, dan 79,5% pada tahun 2024.

Grafik 1. Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020-2024



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia, 2024

Grafik 1 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus meningkat. Kondisi tersebut menggambarkan semakin luasnya akses masyarakat terhadap layanan digital dan menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya inovasi di sektor keuangan. Salah satu inovasi tersebut adalah *financial technology* atau *fintech*, termasuk *fintech crowdfunding* yang memungkinkan penghimpunan dana dari masyarakat melalui situs web atau aplikasi digital.

Dalam kegiatan filantropi Islam, *fintech crowdfunding* dapat dimanfaatkan sebagai media pembayaran dan penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Melalui platform tersebut, masyarakat dapat menyalurkan dana tanpa harus bertemu langsung dengan lembaga pengelola ZIS. Platform crowdfunding juga dapat menyediakan informasi mengenai tujuan penghimpunan, perkembangan donasi, penerima manfaat, serta laporan penggunaan dana. Ketersediaan informasi tersebut berpotensi membuat proses penghimpunan dan penyaluran ZIS menjadi lebih mudah, cepat, dan transparan. Dalam konteks ini, crowdfunding merupakan mekanisme penghimpunan kontribusi dana dalam jumlah relatif kecil dari banyak pihak melalui platform digital sehingga secara kolektif menghasilkan dana yang lebih besar.

Perkembangan *crowdfunding* di Indonesia juga terlihat dari peningkatan nilai pendanaan yang dihimpun selama periode 2018–2022. Berdasarkan data Databoks Katadata, nilai pendanaan *crowdfunding* meningkat dari Rp6,47 miliar pada tahun 2018 menjadi Rp507,20 miliar pada tahun 2022. Perkembangan tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Pendanaan Crowdfunding di Indonesia Tahun 2018-2022

Tahun	Pendanaan (Rp Miliar)
2018	6.470.000.000
2019	64.150.000.000
2020	184.900.000.000
2021	413.190.000.000
2022	507.200.000.000

Sumber: Databoks Katadata (2022)

Tabel 1 menunjukkan peningkatan yang cukup besar dalam nilai pendanaan *crowdfunding* selama periode pengamatan. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat semakin menerima penggunaan platform digital sebagai sarana penghimpunan dana. Namun, meningkatnya pendanaan *crowdfunding* secara umum belum tentu menunjukkan bahwa masyarakat telah memanfaatkannya secara optimal untuk membayar zakat, infak, dan sedekah.

Indonesia memiliki potensi penghimpunan ZIS yang besar karena jumlah penduduk Muslimnya yang tinggi. Meskipun demikian, sebagian masyarakat masih memilih menyalurkan ZIS secara konvensional, misalnya secara langsung kepada penerima manfaat, melalui masjid, atau melalui lembaga amil zakat. Pemanfaatan *fintech crowdfunding* untuk pembayaran ZIS juga dapat menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan pemahaman teknologi, kekhawatiran mengenai keamanan transaksi, keraguan terhadap penyaluran dana, keterbatasan fasilitas pendukung, dan belum kuatnya dorongan sosial untuk menggunakan platform digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan teknologi tidak dengan sendirinya dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*.

Sejumlah penelitian telah menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan layanan zakat digital dan *crowdfunding*. Ferdana et al. (2022) menemukan bahwa ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pendukung, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat generasi Z menggunakan layanan zakat digital, sedangkan ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan. Ramadhan dan Hendratmi (2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial, kepercayaan, dan ekspektasi pengalaman berpengaruh terhadap niat berdonasi melalui *crowdfunding* berbasis donasi. Sebaliknya, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi pendukung tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Sari et al. (2024) menemukan bahwa persepsi kegunaan, sikap, pengaruh sosial, kontrol perilaku, dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat berinfak dan bersedekah melalui *crowdfunding* digital, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung. Sementara itu, Rohmah et al. (2020) menunjukkan bahwa efektivitas penyaluran berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*, tetapi persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan, terutama mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan kondisi pendukung. Kondisi pendukung ditemukan berpengaruh signifikan dalam penelitian Ferdana et al. (2022), tetapi tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian Ramadhan dan Hendratmi (2023). Persepsi kemudahan juga belum menunjukkan hasil yang konsisten dalam menjelaskan minat masyarakat menggunakan layanan ZIS digital. Selain itu, sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak menempatkan kepercayaan sebagai faktor utama, sedangkan efektivitas penyaluran belum banyak diuji secara bersama-sama dengan persepsi kemudahan, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial dalam satu model penelitian.

Penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai landasan utama untuk menjelaskan penerimaan penggunaan *fintech crowdfunding*. Persepsi kemudahan merepresentasikan kemudahan penggunaan teknologi, kondisi pendukung mencerminkan ketersediaan fasilitas dan sumber daya, sedangkan pengaruh sosial menggambarkan dorongan dari lingkungan untuk menggunakan teknologi. Penelitian ini juga memasukkan efektivitas penyaluran karena dalam konteks pembayaran ZIS, minat masyarakat tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan platform, tetapi juga oleh keyakinan bahwa dana disalurkan secara tepat sasaran, transparan, dan memberikan manfaat kepada penerima.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*. Penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong penggunaan *fintech crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hasil penelitian juga diharapkan menjadi masukan bagi lembaga pengelola ZIS dan penyedia platform *fintech* untuk meningkatkan transparansi penyaluran, memperkuat dukungan layanan, dan mengembangkan strategi komunikasi sosial yang dapat mendorong partisipasi masyarakat.

KAJIAN LITERATUR

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

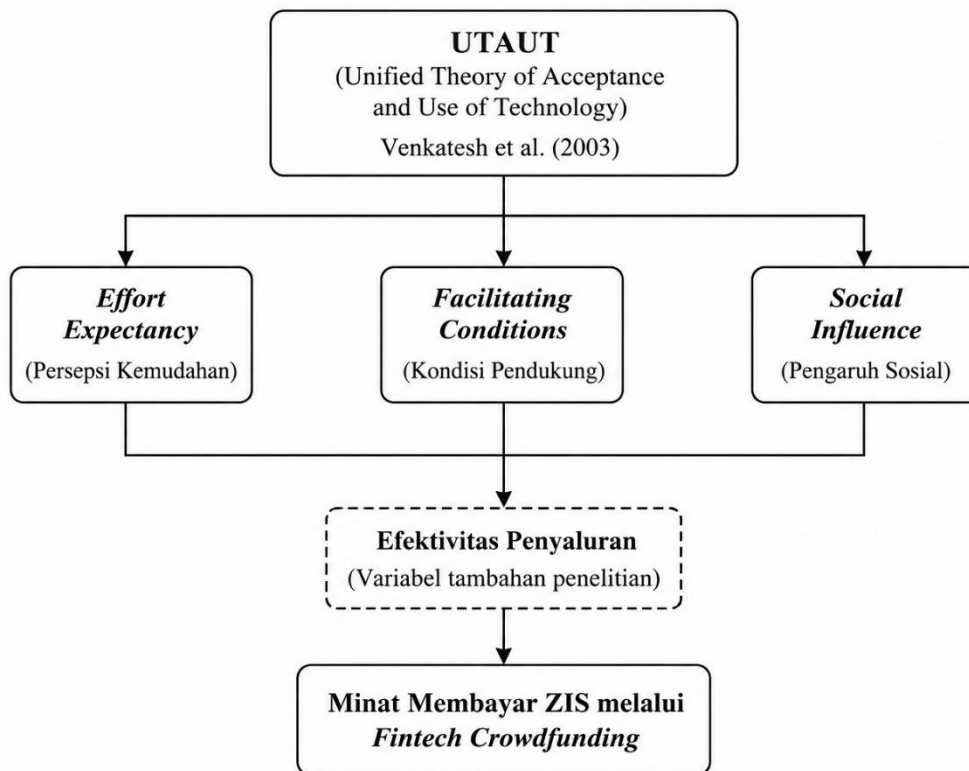
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Teori ini mengintegrasikan delapan model penerimaan teknologi yang telah dikembangkan sebelumnya, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM-TPB*, dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Melalui integrasi tersebut, UTAUT memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan niat serta perilaku individu dalam mengadopsi teknologi dibandingkan model-model sebelumnya (Venkatesh et al., 2003).

UTAUT menjelaskan bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh empat konstruk utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. *Performance expectancy* menggambarkan keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat bagi pengguna. *Effort expectancy* menjelaskan persepsi individu mengenai kemudahan penggunaan suatu teknologi. *Social influence* menunjukkan sejauh mana individu merasakan adanya dorongan dari lingkungan sosial untuk menggunakan teknologi, sedangkan *facilitating conditions* menggambarkan ketersediaan sumber daya, infrastruktur, dan dukungan yang memungkinkan seseorang menggunakan teknologi secara efektif. Keempat konstruk tersebut selanjutnya memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) yang menjadi prediktor utama penggunaan teknologi.

Dalam perkembangannya, UTAUT telah banyak digunakan untuk menjelaskan adopsi berbagai layanan keuangan digital, seperti *mobile banking*, *internet banking*, *electronic payment*, *digital wallet*, hingga layanan *financial technology* (*fintech*). Pada konteks layanan keuangan berbasis syariah, teori ini juga dinilai mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana transaksi keuangan maupun filantropi Islam. Oleh karena itu, UTAUT menjadi salah satu teori yang paling relevan untuk menjelaskan minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

Penelitian ini menggunakan UTAUT sebagai landasan teori utama dalam menjelaskan perilaku adopsi *fintech crowdfunding*. Dari empat konstruk utama UTAUT, penelitian ini mengadopsi tiga konstruk, yaitu *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *social influence*, yang masing-masing direpresentasikan oleh variabel persepsi kemudahan, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial. Sementara itu, konstruk *performance expectancy* tidak digunakan karena penelitian ini memfokuskan perhatian pada karakteristik khusus *fintech crowdfunding* sebagai media penghimpunan dana sosial. Sebagai gantinya, penelitian ini memasukkan variabel efektivitas penyaluran, yaitu persepsi pengguna mengenai kemampuan platform dalam menyalurkan dana ZIS secara tepat sasaran, transparan, dan akuntabel. Variabel tersebut dipandang lebih sesuai untuk menjelaskan karakteristik layanan *fintech crowdfunding* dibandingkan manfaat fungsional teknologi secara umum.

Gambar 1. Model Adaptasi UTAUT



Sumber: Adaptasi Venkatesh et al (2003)

Penambahan variabel efektivitas penyaluran didasarkan pada karakteristik filantropi Islam yang menempatkan kepercayaan terhadap pengelolaan dana sebagai salah satu pertimbangan utama dalam keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS. Berbeda dengan transaksi komersial yang lebih menekankan efisiensi penggunaan teknologi, pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding* juga dipengaruhi oleh keyakinan bahwa dana yang disalurkan akan dikelola secara amanah, transparan, dan memberikan manfaat kepada penerima. Penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) menunjukkan bahwa penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah di Indonesia. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa transparansi dan tanggung jawab sosial dalam pengelolaan dana mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, efektivitas penyaluran diperkirakan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Berdasarkan uraian tersebut, UTAUT memberikan landasan teoritis yang kuat dalam menjelaskan perilaku masyarakat dalam mengadopsi *fintech crowdfunding*. Integrasi antara konstruk effort expectancy, facilitating conditions, dan social influence dengan variabel efektivitas penyaluran diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui platform digital.

Kajian Variabel Penelitian

1. Persepsi Kemudahan (*Effort Expectancy*)

Persepsi kemudahan (*effort expectancy*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Venkatesh et al., 2003). Dalam teori UTAUT, persepsi kemudahan menjadi salah satu determinan utama yang memengaruhi niat individu untuk mengadopsi teknologi baru. Semakin mudah suatu sistem dipahami dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan individu bersedia menggunakannya.

Dalam konteks *fintech crowdfunding*, persepsi kemudahan tercermin dari kemudahan pengguna dalam mengakses platform, memahami fitur yang tersedia, melakukan registrasi, menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), serta memperoleh informasi mengenai program penghimpunan dana. Platform yang dirancang dengan antarmuka sederhana, proses transaksi yang cepat, dan navigasi yang mudah akan mengurangi hambatan pengguna dalam memanfaatkan layanan digital.

Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan layanan filantropi digital masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan digital. Namun, penelitian Sari et al. (2024) dan Rohmah et al. (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui platform crowdfunding. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan telah menjadi karakteristik dasar yang diharapkan pengguna sehingga bukan lagi menjadi faktor pembeda dalam keputusan menggunakan layanan *fintech crowdfunding*.

2. Efektivitas Penyaluran

Efektivitas penyaluran merupakan persepsi pengguna mengenai kemampuan lembaga atau platform dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah secara tepat sasaran, tepat waktu, transparan, dan sesuai dengan ketentuan syariah. Berbeda dengan transaksi komersial, keberhasilan layanan *fintech crowdfunding* tidak hanya diukur dari kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga dari keyakinan bahwa dana yang dihimpun benar-benar memberikan manfaat kepada penerima yang berhak.

Dalam perspektif filantropi Islam, efektivitas penyaluran berkaitan erat dengan prinsip amanah, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial. Informasi yang jelas mengenai proses penghimpunan, distribusi dana, serta laporan penggunaan dana dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola ZIS. Oleh karena itu, efektivitas penyaluran menjadi karakteristik penting yang membedakan *fintech crowdfunding* untuk ZIS dengan layanan pembayaran digital pada umumnya.

Penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah di Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa transparansi dan

tanggung jawab sosial dalam pengelolaan dana mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, efektivitas penyaluran pada *fintech crowdfunding* diperkirakan juga berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat sehingga mendorong minat untuk membayar ZIS melalui platform digital.

Temuan tersebut didukung oleh penelitian Rohmah et al. (2020) yang menyatakan bahwa efektivitas penyaluran merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS. Semakin efektif dan transparan penyaluran dana yang dilakukan oleh *platform*, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan tersebut.

3. Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur, sumber daya, serta dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam teori UTAUT, kondisi pendukung mencerminkan kesiapan lingkungan yang memungkinkan seseorang menggunakan teknologi secara efektif.

Pada layanan *fintech crowdfunding*, kondisi pendukung meliputi ketersediaan jaringan internet, perangkat digital, keamanan sistem, kemudahan memperoleh bantuan teknis, serta tersedianya informasi yang memadai mengenai penggunaan platform. Kondisi pendukung yang baik akan mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi dan mengurangi hambatan teknis selama menggunakan layanan.

Penelitian Ferdana et al. (2022) menunjukkan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan zakat digital. Sebaliknya, Ramadhan dan Hendratmi (2023) menemukan bahwa kondisi pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berdonasi melalui *crowdfunding*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kondisi pendukung masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya dalam konteks pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*.

4. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan tingkat persepsi individu bahwa orang-orang yang dianggap penting, seperti keluarga, teman, tokoh agama, maupun lingkungan sosial, mendorong penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki karakter kolektivisme cukup tinggi, rekomendasi dan pengalaman dari lingkungan sosial sering kali memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu layanan digital.

Pada pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*, pengaruh sosial dapat muncul melalui rekomendasi keluarga, teman, komunitas, tokoh agama, maupun promosi yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat. Dukungan tersebut dapat meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap keamanan, kemudahan, serta manfaat penggunaan platform digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu determinan utama penggunaan layanan keuangan digital. Ferdana et al. (2022), Ramadhan dan Hendratmi (2023), serta Sari et al. (2024) menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan zakat digital maupun crowdfunding. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat dorongan dari lingkungan sosial, semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkan *fintech crowdfunding* dalam pembayaran ZIS.

5. Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding* merupakan keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan platform digital sebagai sarana menunaikan kewajiban zakat maupun ibadah sosial secara sukarela. Dalam teori UTAUT, minat (behavioral intention) merupakan prediktor utama yang menentukan apakah seseorang akan menggunakan suatu teknologi.

Minat menggunakan *fintech crowdfunding* dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap karakteristik teknologi maupun keyakinan terhadap lembaga pengelola dana. Dalam konteks penelitian ini, minat membayar ZIS dipandang sebagai hasil interaksi antara persepsi kemudahan penggunaan platform, efektivitas penyaluran dana, kondisi pendukung, serta pengaruh sosial yang diterima oleh pengguna.

Pengukuran minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* dilakukan berdasarkan kecenderungan responden untuk menggunakan platform digital pada masa mendatang, merekomendasikan platform kepada orang lain, serta menjadikan *fintech crowdfunding* sebagai alternatif utama dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai penerimaan teknologi pada layanan keuangan digital telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, termasuk pada konteks pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan platform digital dipengaruhi oleh faktor-faktor teknologi, sosial, maupun karakteristik lembaga pengelola dana. Namun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan inkonsistensi sehingga diperlukan kajian lebih lanjut.

Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Objek Penelitian	Variabel Utama	Hasil Penelitian
Venkatesh et al. (2003)	Adopsi teknologi informasi	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions	Mengembangkan teori UTAUT sebagai model penerimaan teknologi.
Ferdana et al. (2022)	Zakat digital	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Trust	Social Influence, Facilitating Conditions, Trust berpengaruh signifikan; Performance

			Expectancy tidak signifikan.
Ramadhan & Hendratmi (2023)	Crowdfunding berbasis donasi	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Trust	Social Influence dan Trust berpengaruh signifikan; Facilitating Conditions tidak signifikan.
Sari et al. (2024)	Crowdfunding digital untuk infak dan sedekah	Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Attitude	Perceived Ease of Use tidak berpengaruh signifikan; Trust dan Attitude berpengaruh signifikan.
Rohmah et al. (2020)	Pembayaran ZIS melalui <i>fintech crowdfunding</i>	Efektivitas Penyaluran, Persepsi Kemudahan	Efektivitas Penyaluran berpengaruh positif; Persepsi Kemudahan tidak signifikan.
Syurmita & Fircarina (2020)	Bank Umum Syariah Indonesia	Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility, Good Governance Bisnis Syariah	ICSR berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank syariah; zakat berpengaruh terhadap kinerja; Good Governance Bisnis Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi maupun kinerja.

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan teori penerimaan teknologi, khususnya UTAUT maupun pengembangannya, untuk menjelaskan perilaku penggunaan layanan keuangan digital. Ketiga konstruk UTAUT yang paling konsisten digunakan adalah *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *social influence*, karena ketiganya secara langsung berkaitan dengan kemudahan penggunaan teknologi, kesiapan infrastruktur, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan pengguna.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya belum menunjukkan konsistensi. Pada variabel persepsi kemudahan (*effort expectancy*), misalnya, Sari et al. (2024) dan Rohmah et al. (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan layanan crowdfunding untuk pembayaran ZIS. Sebaliknya, penelitian lain pada layanan keuangan digital menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan masih menjadi faktor yang mendorong penerimaan teknologi, terutama pada pengguna baru. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan sangat bergantung pada karakteristik pengguna dan konteks layanan yang diteliti.

Hasil yang berbeda juga ditemukan pada variabel kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Ferdana et al. (2022) menyatakan bahwa kondisi pendukung

berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan zakat digital karena tersedianya infrastruktur dan dukungan teknologi meningkatkan kenyamanan pengguna. Namun, Ramadhan dan Hendratmi (2023) tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Inkonsistensi tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas belum tentu menjadi faktor utama dalam mendorong penggunaan *fintech crowdfunding*.

Berbeda dengan kedua variabel tersebut, pengaruh sosial (*social influence*) menunjukkan hasil yang relatif konsisten. Penelitian Ferdana et al. (2022), Ramadhan dan Hendratmi (2023), serta Sari et al. (2024) sama-sama menemukan bahwa dorongan dari keluarga, teman, komunitas, maupun tokoh masyarakat berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding* tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik teknologi, tetapi juga oleh lingkungan sosial tempat individu berada.

Selain faktor-faktor yang berasal dari teori penerimaan teknologi, beberapa penelitian mulai menyoroti pentingnya aspek transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana. Rohmah et al. (2020) menunjukkan bahwa efektivitas penyaluran merupakan faktor yang mendorong masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* untuk pembayaran ZIS. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) yang menemukan bahwa penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah di Indonesia. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa transparansi, tanggung jawab sosial, dan akuntabilitas pengelolaan dana mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, efektivitas penyaluran dipandang sebagai variabel yang relevan untuk melengkapi konstruk UTAUT dalam menjelaskan minat masyarakat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu masih memperlihatkan dua keterbatasan. Pertama, terdapat inkonsistensi hasil empiris mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan kondisi pendukung terhadap minat menggunakan layanan digital. Kedua, sebagian besar penelitian lebih menekankan konstruk penerimaan teknologi atau variabel kepercayaan, sedangkan penelitian yang mengintegrasikan konstruk UTAUT dengan efektivitas penyaluran sebagai karakteristik spesifik *fintech crowdfunding* dalam konteks pembayaran ZIS masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang dapat memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah.

Research Gap

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Pertama, hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *fintech crowdfunding* untuk pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) masih menunjukkan inkonsistensi. Variabel persepsi kemudahan (*effort expectancy*)

dalam beberapa penelitian terbukti berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan digital, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan. Inkonsistensi serupa juga ditemukan pada variabel kondisi pendukung (*facilitating conditions*), yang dalam beberapa penelitian berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan zakat digital, tetapi pada penelitian lain tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks dan karakteristik pengguna yang berbeda.

Kedua, sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada konstruk penerimaan teknologi atau variabel kepercayaan, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *trust*. Meskipun variabel-variabel tersebut penting dalam menjelaskan adopsi teknologi, karakteristik khusus *fintech crowdfunding* sebagai media penghimpunan dana sosial berbasis syariah belum sepenuhnya terakomodasi. Dalam pembayaran ZIS, keputusan masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga oleh keyakinan bahwa dana yang dihimpun akan dikelola secara amanah, transparan, dan disalurkan kepada pihak yang berhak.

Ketiga, penelitian yang mengintegrasikan konstruk UTAUT dengan efektivitas penyaluran sebagai variabel kontekstual masih relatif terbatas. Efektivitas penyaluran merupakan karakteristik penting dalam layanan filantropi Islam karena mencerminkan transparansi, akuntabilitas, dan ketepatan distribusi dana. Penelitian Rohmah et al. (2020) menunjukkan bahwa efektivitas penyaluran berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Selain itu, penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) membuktikan bahwa penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa transparansi dan tanggung jawab sosial dalam pengelolaan dana mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Namun demikian, penelitian yang menguji efektivitas penyaluran secara simultan bersama konstruk utama UTAUT dalam menjelaskan minat masyarakat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* masih sangat terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) sebagai landasan teori utama dengan mengadopsi tiga konstruk, yaitu *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *social influence*. Penelitian ini juga menambahkan efektivitas penyaluran sebagai variabel kontekstual yang merepresentasikan karakteristik khusus *fintech crowdfunding* dalam pengelolaan dana ZIS. Integrasi tersebut diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah.

Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada dua aspek. Pertama, penelitian ini memperkaya pengembangan teori UTAUT dengan memasukkan

efektivitas penyaluran sebagai variabel kontekstual yang relevan pada layanan fintech berbasis filantropi Islam. Kedua, penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* di Indonesia, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga pengelola zakat dan penyedia platform fintech dalam meningkatkan transparansi penyaluran, kualitas layanan, dan partisipasi masyarakat.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan perilaku masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). UTAUT menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap karakteristik teknologi serta lingkungan yang mendukung penggunaannya (Venkatesh et al., 2003). Dalam penelitian ini, tiga konstruk utama UTAUT yang digunakan adalah *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *social influence*, yang masing-masing direpresentasikan oleh variabel persepsi kemudahan, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial.

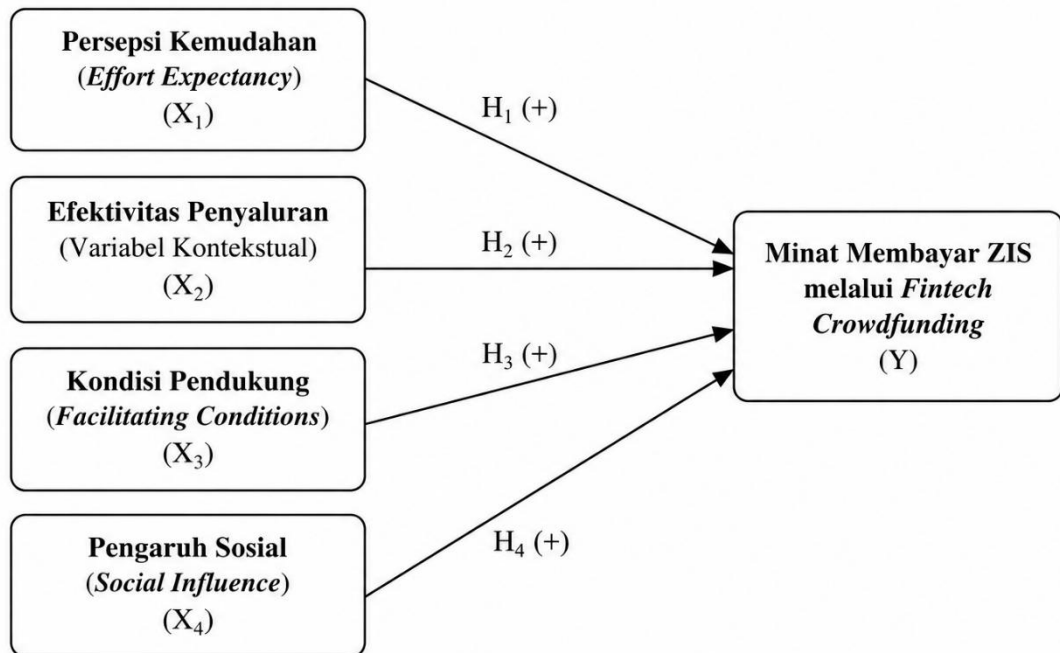
Selain ketiga konstruk tersebut, penelitian ini menambahkan efektivitas penyaluran sebagai variabel kontekstual yang disesuaikan dengan karakteristik *fintech crowdfunding* dalam pengelolaan dana ZIS. Penambahan variabel ini didasarkan pada pertimbangan bahwa keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infak, dan sedekah melalui platform digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknologi, tetapi juga oleh keyakinan bahwa dana yang dihimpun akan disalurkan secara tepat sasaran, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, efektivitas penyaluran dipandang sebagai faktor yang dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *fintech crowdfunding*.

Berdasarkan teori UTAUT dan hasil penelitian terdahulu, persepsi kemudahan diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* karena sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan akan mengurangi hambatan dalam proses transaksi. Kondisi pendukung diperkirakan memberikan pengaruh positif karena tersedianya infrastruktur, perangkat, jaringan internet, dan dukungan teknis akan mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan layanan digital. Selanjutnya, pengaruh sosial diperkirakan meningkatkan minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* karena rekomendasi dari keluarga, teman, komunitas, maupun tokoh agama dapat meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menggunakan platform tersebut. Di sisi lain, efektivitas penyaluran diperkirakan menjadi faktor penting yang membangun kepercayaan pengguna melalui transparansi, akuntabilitas, dan ketepatan distribusi dana kepada penerima manfaat.

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini disusun berdasarkan integrasi teori UTAUT dengan karakteristik layanan *fintech crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Kerangka konseptual tersebut menggambarkan bahwa persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial merupakan variabel independen yang diperkirakan memengaruhi minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding* sebagai variabel dependen.

Kerangka konseptual penelitian disajikan pada Gambar 2.

Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Dikembangkan oleh penulis (2026).

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), effort expectancy menggambarkan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Venkatesh et al., 2003). Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, semakin tinggi kecenderungan individu untuk menggunakannya. Pada layanan *fintech crowdfunding*, persepsi kemudahan tercermin dari kemudahan mengakses platform, memahami fitur, melakukan transaksi, serta memperoleh informasi mengenai penghimpunan dan penyaluran dana ZIS.

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi hambatan dalam adopsi teknologi sehingga mendorong minat masyarakat menggunakan layanan digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan keuangan digital. Namun, pada konteks pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*, hasil penelitian masih menunjukkan inkonsistensi. Sari et al. (2024) dan Rohmah et al. (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui platform digital. Meskipun demikian, berdasarkan UTAUT, persepsi kemudahan secara teoritis tetap diperkirakan meningkatkan minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding*.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*.

2. Pengaruh Efektivitas Penyaluran terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Efektivitas penyaluran menggambarkan kemampuan platform *fintech crowdfunding* dalam menyalurkan dana ZIS secara tepat sasaran, transparan, akuntabel, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konteks filantropi Islam, masyarakat tidak hanya mempertimbangkan kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga memperhatikan bagaimana dana yang disalurkan dikelola dan didistribusikan kepada penerima manfaat.

Penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) menunjukkan bahwa penerapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah di Indonesia. Temuan tersebut menunjukkan bahwa transparansi dan tanggung jawab sosial mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Selanjutnya, Rohmah et al. (2020) membuktikan bahwa efektivitas penyaluran berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Oleh karena itu, semakin efektif dan transparan penyaluran dana yang dilakukan oleh platform, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Efektivitas penyaluran berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*.

3. Pengaruh Kondisi Pendukung terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Menurut UTAUT, facilitating conditions merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur, sumber daya, dan dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Ketersediaan perangkat, jaringan internet, keamanan sistem, layanan bantuan, dan informasi penggunaan platform merupakan faktor yang dapat meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding*.

Penelitian Ferdana et al. (2022) menunjukkan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan zakat digital. Namun, Ramadhan dan Hendratmi (2023) menemukan bahwa kondisi pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berdonasi melalui crowdfunding. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kondisi pendukung masih memerlukan pengujian lebih lanjut. Secara teoritis, semakin baik kondisi pendukung yang tersedia, semakin besar peluang masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* untuk membayar ZIS.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*.

4. Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Dalam UTAUT, social influence merupakan tingkat persepsi individu bahwa orang-orang yang dianggap penting memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada masyarakat Indonesia yang memiliki karakteristik kolektivistik, rekomendasi dari keluarga, teman, komunitas, maupun tokoh agama dapat menjadi faktor yang mendorong penggunaan layanan *fintech crowdfunding*.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor yang paling konsisten memengaruhi niat menggunakan layanan digital. Ferdana et al. (2022), Ramadhan dan Hendratmi (2023), serta Sari et al. (2024) menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan zakat digital maupun crowdfunding. Semakin kuat dorongan dan rekomendasi dari lingkungan sosial, semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis keempat penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research) untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Penelitian eksplanatori bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023). Model penelitian dikembangkan berdasarkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003), dengan menambahkan variabel efektivitas penyaluran sebagai faktor kontekstual yang relevan dengan karakteristik pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25 (Ghozali, 2021).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim di Indonesia yang mengetahui layanan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (unknown population), penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023).

Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) beragama Islam, (2) berusia minimal 17 tahun, (3) mengetahui *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS, dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Kuesioner disebarikan secara daring menggunakan Google Form melalui media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram, kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut.

Sebanyak 142 kuesioner berhasil dikumpulkan. Setelah dilakukan proses data screening, sebanyak 4 data diidentifikasi sebagai outlier sehingga dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian, jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 138 responden. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi ukuran minimum yang direkomendasikan untuk analisis regresi linear berganda (Hair et al., 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring (online survey) menggunakan Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks

pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Instrumen penelitian terdiri atas lima variabel, yaitu persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, pengaruh sosial, dan minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*.

Seluruh item pernyataan diukur menggunakan Skala Likert lima poin, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju (Sugiyono, 2023). Sebelum dilakukan analisis, data yang terkumpul terlebih dahulu diperiksa kelengkapan pengisiannya (data screening) untuk memastikan bahwa setiap kuesioner memenuhi persyaratan analisis statistik.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan konsep yang diukur dalam penelitian beserta indikator yang digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian. Seluruh indikator diadaptasi dari penelitian terdahulu yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, kemudian disesuaikan dengan konteks pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber
Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi responden mengenai tingkat kemudahan dalam menggunakan platform <i>fintech crowdfunding</i> untuk pembayaran ZIS.	1. Kemudahan menggunakan platform <i>fintech crowdfunding</i> . 2. Proses donasi yang cepat dan efisien. 3. Keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi.	Likert 1–5	Sari et al. (2024)
Efektivitas Penyaluran (X2)	Persepsi responden mengenai efektivitas penyaluran dana ZIS melalui platform <i>fintech crowdfunding</i> .	1. Transparansi penggunaan dana yang terkumpul. 2. Kejelasan laporan penyaluran dana. 3. Kepuasan terhadap penyaluran dana kepada penerima manfaat.	Likert 1–5	Ramadhan & Hendratmi (2023)
Kondisi Pendukung (X3)	Persepsi responden mengenai ketersediaan fasilitas dan dukungan yang menunjang penggunaan <i>fintech crowdfunding</i> .	1. Ketersediaan dukungan teknis dan layanan pelanggan. 2. Adanya edukasi dan sosialisasi mengenai <i>fintech crowdfunding</i> . 3. Ketersediaan sumber daya dan infrastruktur yang mendukung kemudahan bertransaksi.	Likert 1–5	Ramadhan & Hendratmi (2023)
Pengaruh Sosial (X4)	Persepsi responden mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap penggunaan <i>fintech crowdfunding</i> untuk pembayaran ZIS.	1. Pengaruh teman atau keluarga dalam menggunakan platform <i>fintech crowdfunding</i> . 2. Partisipasi komunitas atau kelompok dalam program	Likert 1–5	Ramadhan & Hendratmi (2023)

		donasi. 3. Kampanye sosial atau keagamaan yang mendorong partisipasi donasi.		
Minat Membayar ZIS melalui <i>Fintech crowdfunding</i> (Y)	Keinginan atau kecenderungan responden untuk menggunakan <i>fintech crowdfunding</i> sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah.	1. Frekuensi dan jumlah donasi yang diberikan. 2. Motivasi mendonasikan dana melalui <i>fintech crowdfunding</i> . 3. Keinginan untuk terus menggunakan platform <i>fintech crowdfunding</i> .	Likert 1–5	Ferdana et al. (2022)

Sumber: Diadaptasi dari Sari et al. (2024), Ramadhan dan Hendratmi (2023), serta Ferdana et al. (2022).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian. Selanjutnya dilakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan analisis.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan (X_1), efektivitas penyaluran (X_2), kondisi pendukung (X_3), dan pengaruh sosial (X_4) terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding* (Y). Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Membayar ZIS melalui *Fintech crowdfunding*

X_1 = Persepsi Kemudahan

X_2 = Efektivitas Penyaluran

X_3 = Kondisi Pendukung

X_4 = Pengaruh Sosial

α = Konstanta

β_1 – β_4 = Koefisien regresi

ε = Error

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pengumpulan data menghasilkan 142 kuesioner. Setelah dilakukan pemeriksaan data, sebanyak empat observasi teridentifikasi sebagai outlier dan dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian, jumlah data yang dapat diolah sebanyak 138 responden, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Kuesioner Penelitian

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang terkumpul	142
Data outlier	4
Kuesioner yang dianalisis	138

Sumber: Data Diolah (2026)

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, Usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, Domisili dan pendapatan.

Tabel 5. Karakteristik Responden

Informasi	Identitas Resonden	Jumlah	Persen
Jenis Kelamin	Perempuan	104	5,4%
	Laki - laki	34	24,6%
Umur	18-20 Tahun	2	1,4%
	20-25 Tahun	103	74,6%
	30-35 Tahun	26	18,8%
	40-50 Tahun	6	4,3%
	50 Tahun	1	0,7%
Pekerjaan	Belum Bekerja	16	11,6%
	Sudah Bekerja	85	61,6%
	Pengusaha	37	26,8%
Pendidikan Akhir	SMA/SMK	81	58,7%
	Diploma	11	0,8%
	Sarjana	46	33,3%
Pendapatan	0 rupiah	16	11,6%
	1-5 juta	65	47,1%
	5-0 juta	44	31,9%
	10-20 juta	12	8,7%
	20-50 juta	1	0,7%
Domisili	Pulau Jawa	90	65,2%
	Pulau Sumatera	46	33,3%
	Pulau Sulawesi	1	0,7%
	Pulau Kalimantan	1	0,7%

Sumber: Data Diolah (2026)

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perempuan sebanyak 104 orang atau 75,4%. Sebagian besar responden berusia 20–25 tahun (74,6%), berpendidikan terakhir SMA/SMK (58,7%), dan telah bekerja sebagai pegawai (61,6%). Berdasarkan pendapatan, kelompok terbesar memiliki pendapatan Rp1–5 juta per bulan (47,1%), sedangkan berdasarkan wilayah, mayoritas responden berdomisili di Pulau Jawa (65,2%).

Komposisi tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian terutama merepresentasikan pengguna *fintech crowdfunding* yang berusia muda, didominasi perempuan, telah bekerja, dan berdomisili di Pulau Jawa. Oleh karena itu, karakteristik sampel perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan dan menggeneralisasikan hasil penelitian kepada seluruh masyarakat Muslim di Indonesia.

Hasil Pengujian Model

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data pada setiap variabel penelitian. Analisis ini menyajikan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, pengaruh sosial, dan minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*.

Tabel 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Persepsi Kemudahan	138	6	15	12,75	1,977
Efektivitas Penyaluran	138	6	15	12,70	1,757
Kondisi Pendukung	138	6	15	12,86	1,809
Pengaruh Sosial	138	5	20	16,68	2,608
Minat Membayar ZIS	138	6	15	12,67	1,818

Sumber: Hasil olah data menggunakan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Variabel pengaruh sosial memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 16,68, diikuti oleh kondisi pendukung sebesar 12,86, persepsi kemudahan sebesar 12,75, efektivitas penyaluran sebesar 12,70, dan minat membayar ZIS sebesar 12,67. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cenderung positif terhadap seluruh konstruk yang diteliti.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian memiliki nilai korelasi di atas r tabel (0,166) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Hasil Uji Validitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X_1)	3	Seluruh item valid	0,773	Reliabel

Efektivitas Penyaluran (X_2)	3	Seluruh item valid	0,741	Reliabel
Kondisi Pendukung (X_3)	3	Seluruh item valid	0,782	Reliabel
Pengaruh Sosial (X_4)	4	Seluruh item valid	0,804	Reliabel
Minat Membayar ZIS (Y)	3	Seluruh item valid	0,726	Reliabel

Sumber: Hasil olah data menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, model penelitian diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga residual berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Hasil pengujian koefisien regresi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig.	Keputusan
Konstanta	0,105	–	0,166	0,869	–
Persepsi Kemudahan (X_1)	0,025	0,028	0,519	0,605	H_1 Ditolak
Efektivitas Penyaluran (X_2)	0,283	0,274	4,035	0,000	H_2 Diterima
Kondisi Pendukung (X_3)	0,286	0,284	4,571	0,000	H_3 Diterima
Pengaruh Sosial (X_4)	0,298	0,427	7,560	0,000	H_4 Diterima

Sumber: Hasil olah data menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Berdasarkan Tabel 8, variabel efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* ($p < 0,05$). Sebaliknya, persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS ($p > 0,05$).

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F Hitung	Sig.	Keterangan
Regresi	108,400	0,000	Model signifikan

Sumber: Hasil olah data menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Berdasarkan Tabel 9, nilai F hitung sebesar 108,400 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (Model Summary)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
---	----------	-------------------	----------------------------

0,875	0,765	0,758	0.894
-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil olah data menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai R sebesar 0,875, yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,765 menunjukkan bahwa 76,5% variasi minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding* dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial. Setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, nilai Adjusted R Square sebesar 0,758 menunjukkan bahwa 75,8% variasi minat membayar ZIS dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan 24,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dari empat variabel independen yang diuji, tiga variabel, yaitu efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Sementara itu, persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding* tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan terhadap pengelolaan dana, ketersediaan fasilitas pendukung, dan pengaruh lingkungan sosial.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Membayar ZIS melalui *Fintech crowdfunding*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan platform belum menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Dalam perspektif Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), persepsi kemudahan (effort expectancy) merupakan keyakinan individu bahwa suatu sistem mudah dipelajari dan digunakan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk mengadopsinya. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak terbukti secara empiris pada konteks pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*.

Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik responden penelitian yang didominasi oleh kelompok usia 20–25 tahun. Kelompok usia tersebut merupakan generasi yang telah terbiasa menggunakan berbagai layanan digital, sehingga kemudahan penggunaan aplikasi tidak lagi menjadi faktor yang membedakan keputusan mereka dalam memilih suatu platform. Bagi responden, kemudahan penggunaan telah menjadi standar minimum yang diharapkan dari layanan digital, sehingga faktor lain seperti transparansi penyaluran dana dan rekomendasi dari

lingkungan sosial menjadi lebih menentukan dalam membentuk minat menggunakan *fintech crowdfunding*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan platform digital untuk pembayaran ZIS. Sebaliknya, hasil ini berbeda dengan prediksi teori UTAUT yang menyatakan bahwa effort expectancy merupakan salah satu determinan utama niat menggunakan teknologi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks layanan filantropi Islam, aspek kemudahan penggunaan belum tentu menjadi faktor dominan apabila masyarakat lebih memprioritaskan aspek kepercayaan dan efektivitas penyaluran dana.

Bagi pengelola *fintech crowdfunding*, hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan antarmuka (user interface) dan kemudahan penggunaan aplikasi saja belum cukup untuk meningkatkan minat masyarakat dalam membayar ZIS. Pengelola juga perlu memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan kredibilitas pengelolaan dana agar mampu meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform.

Pengaruh Efektivitas Penyaluran terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa efektivitas penyaluran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Dengan demikian, hipotesis kedua (H₂) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap efektivitas penyaluran dana ZIS, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Efektivitas penyaluran dalam penelitian ini mencerminkan keyakinan responden bahwa dana ZIS yang disalurkan melalui *fintech crowdfunding* dikelola secara tepat sasaran, transparan, akuntabel, dan memberikan manfaat kepada penerima sesuai dengan tujuan penghimpunan dana. Meskipun variabel ini bukan merupakan konstruk utama dalam Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek tata kelola penyaluran dana menjadi faktor penting yang memengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan layanan digital berbasis filantropi Islam. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan teknologi pada konteks pembayaran ZIS tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan terhadap proses pengelolaan dan penyaluran dana.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rohmah et al. (2020) yang menunjukkan bahwa transparansi dan efektivitas penyaluran dana berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan platform digital untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Syurmita dan Fircarina (2020) yang menunjukkan bahwa penerapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Good Governance Bisnis Syariah berpengaruh positif terhadap reputasi dan kinerja bank umum syariah di Indonesia. Penerapan tata kelola yang baik, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah,

sehingga mendorong partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan layanan yang disediakan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pada layanan *fintech crowdfunding*, masyarakat tidak hanya mempertimbangkan kemudahan bertransaksi, tetapi juga memperhatikan bagaimana dana yang mereka salurkan dikelola dan dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, penyedia platform *fintech crowdfunding* perlu memperkuat sistem pelaporan penggunaan dana, menyediakan informasi penyaluran secara berkala, serta meningkatkan transparansi melalui laporan yang mudah diakses oleh masyarakat. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik sekaligus mendorong peningkatan minat masyarakat dalam membayar ZIS melalui platform digital.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa keberhasilan transformasi digital pada sektor filantropi Islam tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada kualitas tata kelola dan efektivitas penyaluran dana. Dengan demikian, efektivitas penyaluran dapat dipandang sebagai faktor strategis yang melengkapi konstruk UTAUT dalam menjelaskan perilaku masyarakat terhadap penggunaan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah.

Pengaruh Kondisi Pendukung terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui *Fintech crowdfunding*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas dan dukungan yang tersedia untuk menggunakan *fintech crowdfunding*, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memanfaatkan platform tersebut sebagai media pembayaran ZIS.

Dalam kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), kondisi pendukung (*facilitating conditions*) merupakan keyakinan individu bahwa terdapat infrastruktur, sumber daya, dan dukungan yang memadai untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada penelitian ini, kondisi pendukung mencakup ketersediaan perangkat digital, akses internet, kemudahan memperoleh informasi, serta dukungan teknis yang memungkinkan masyarakat menggunakan layanan *fintech crowdfunding* secara efektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan infrastruktur digital yang memadai masih menjadi faktor penting dalam mendorong pemanfaatan layanan pembayaran ZIS secara digital. Meskipun penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, keputusan masyarakat untuk menggunakan *fintech crowdfunding* tetap dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap teknologi, stabilitas jaringan internet, serta tersedianya informasi dan layanan bantuan ketika mengalami kendala dalam proses transaksi. Dengan kata lain, kesiapan infrastruktur digital menjadi faktor yang mendukung keberhasilan implementasi layanan *fintech crowdfunding*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ferdana et al. (2022) yang menyatakan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan

zakat digital. Hasil penelitian ini juga mendukung konsep UTAUT yang menegaskan bahwa individu cenderung lebih bersedia menggunakan teknologi apabila tersedia sumber daya dan fasilitas yang memadai. Dengan demikian, keberhasilan digitalisasi pembayaran ZIS tidak hanya ditentukan oleh kualitas aplikasi, tetapi juga oleh ekosistem pendukung yang memudahkan masyarakat dalam mengakses dan menggunakan layanan tersebut.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola *fintech crowdfunding* untuk terus meningkatkan kualitas infrastruktur layanan, seperti menjaga stabilitas sistem, mengoptimalkan kompatibilitas aplikasi pada berbagai perangkat, menyediakan pusat bantuan (help center) yang responsif, serta memperluas edukasi mengenai penggunaan platform kepada masyarakat. Langkah-langkah tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dan mendorong minat masyarakat untuk memanfaatkan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Selain memberikan implikasi praktis, temuan ini juga memperkuat relevansi konstruk *facilitating conditions* dalam UTAUT pada konteks filantropi Islam berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi *fintech crowdfunding* tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik individu maupun teknologi, tetapi juga oleh kesiapan lingkungan pendukung yang memungkinkan teknologi tersebut digunakan secara optimal.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui Fintech crowdfunding

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) diterima. Nilai koefisien beta sebesar 0,427 menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan variabel yang memberikan kontribusi paling besar dalam menjelaskan minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat dorongan, rekomendasi, dan dukungan dari lingkungan sosial, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memanfaatkan platform digital dalam menunaikan ZIS.

Dalam kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *social influence* didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa orang-orang yang dianggap penting memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada konteks pembayaran ZIS melalui *fintech crowdfunding*, pengaruh tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, tokoh agama, komunitas, maupun media sosial yang memberikan informasi, rekomendasi, atau pengalaman positif mengenai penggunaan platform digital untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah.

Dominannya pengaruh sosial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk menggunakan *fintech crowdfunding* tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional mengenai fitur atau kemudahan teknologi, tetapi juga oleh interaksi sosial dan tingkat kepercayaan yang dibangun melalui lingkungan sekitar. Karakteristik masyarakat Indonesia yang memiliki budaya

kolektivistik menyebabkan rekomendasi dari orang-orang yang dipercaya menjadi salah satu pertimbangan penting dalam menentukan pilihan, termasuk dalam aktivitas filantropi berbasis digital. Dukungan dari tokoh agama, lembaga amal zakat, komunitas, maupun figur publik juga dapat meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap keamanan, kredibilitas, dan manfaat penggunaan *fintech crowdfunding*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ferdana et al. (2022), Ramadhan dan Hendratmi (2023), serta Sari et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu determinan utama dalam mendorong penggunaan layanan zakat digital dan crowdfunding syariah. Konsistensi hasil tersebut memperkuat konstruk social influence dalam UTAUT, yang menegaskan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh sosial bahkan memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, maupun kondisi pendukung.

Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa strategi peningkatan penghimpunan ZIS melalui *fintech crowdfunding* tidak cukup hanya berfokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga perlu memanfaatkan pendekatan sosial. Penyedia platform bersama lembaga pengelola zakat dapat memperkuat edukasi publik melalui kampanye digital, kolaborasi dengan tokoh agama dan influencer, penyebaran testimoni pengguna, serta pembentukan komunitas donatur yang aktif berbagi pengalaman positif. Pendekatan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat sekaligus memperluas adopsi pembayaran ZIS melalui platform digital.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa konstruk social influence tetap menjadi salah satu determinan utama dalam model UTAUT pada konteks filantropi Islam berbasis digital. Selain itu, temuan bahwa pengaruh sosial merupakan variabel yang paling dominan menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital pada penghimpunan ZIS tidak hanya bergantung pada aspek teknologi, tetapi juga pada kemampuan membangun kepercayaan dan dukungan sosial di tengah masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, efektivitas penyaluran, kondisi pendukung, dan pengaruh sosial terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *fintech crowdfunding*. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap 138 responden, diperoleh beberapa kesimpulan.

Pertama, persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan platform bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital untuk pembayaran ZIS.

Kedua, efektivitas penyaluran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Semakin tinggi keyakinan masyarakat terhadap transparansi, akuntabilitas, dan ketepatan penyaluran dana, semakin tinggi pula minat mereka menggunakan platform digital sebagai media pembayaran ZIS.

Ketiga, kondisi pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS. Ketersediaan infrastruktur, akses teknologi, serta dukungan layanan yang memadai mampu meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan *fintech crowdfunding*.

Keempat, pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan serta merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari keluarga, teman, komunitas, maupun tokoh agama memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan platform digital untuk pembayaran ZIS.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* untuk pembayaran ZIS tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik teknologi, tetapi juga oleh aspek tata kelola penyaluran dana, dukungan penggunaan teknologi, dan pengaruh lingkungan sosial.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas penerapan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pada konteks pembayaran zakat, infak, dan sedekah melalui *fintech crowdfunding*. Penambahan variabel efektivitas penyaluran menunjukkan bahwa dalam layanan filantropi Islam berbasis digital, kepercayaan terhadap transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana merupakan faktor penting yang melengkapi konstruk-konstruk utama UTAUT.

Dari sisi praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi pengelola *fintech crowdfunding* dan lembaga pengelola zakat untuk meningkatkan transparansi pelaporan, memperkuat kualitas layanan digital, menyediakan dukungan teknis yang memadai, serta mengoptimalkan strategi komunikasi melalui tokoh agama, komunitas, dan media sosial. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong penggunaan *fintech crowdfunding* sebagai media pembayaran ZIS.

Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, responden penelitian didominasi oleh kelompok usia muda dan berdomisili di Pulau Jawa sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya menggambarkan karakteristik masyarakat Muslim di seluruh Indonesia. Kedua, penelitian hanya menggunakan empat variabel independen, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat membayar ZIS melalui *fintech crowdfunding*. Ketiga, penelitian menggunakan pendekatan potong lintang (*cross-sectional*), sehingga belum dapat menggambarkan perubahan perilaku masyarakat dari waktu ke waktu.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan melibatkan responden dengan karakteristik yang lebih beragam agar

hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, penelitian mendatang dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan (trust), persepsi risiko, religiositas, literasi keuangan syariah, atau kualitas layanan elektronik (e-service quality), sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *fintech crowdfunding* dalam pembayaran ZIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A. S. (2017). Zakat : Ketentuan dan pengelolaannya. In *Zakat : Ketentuan dan pengelolaannya* (p. 7). CV. Anugrah Berkah Sentosa.
- Ahmed, Y. K. M. (2023). Factors Impacting The Behavioral Intention to Use Social Media for Knowledge Sharing : Insights From Disaster Relief Practitioners. *Journal of Information Knowledge, Knowledge and Management*, 18, 269–300.
- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavioral and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Anzelin, D. P. (2020). Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Pada masyarakat Kota Banda Aceh. Respository UIN AR-Raniry Banda Aceh. *Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. Respository UIN AR-Raniry Banda Aceh*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2011-2023 (Q2)*. APJII. <https://apjii.or.id/survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2019-2020> (Q2).
- Bag, S., Aich, P., & Islam, A. (2020). *Behavioral intention of “ digital natives ” toward adapting the online education system in higher education*. (December). <https://doi.org/10.1108/JARHE-08-2020-0278>
- Barkah, Q. (2020). *Fikih Zakat, sedekah, dan wakaf*. Prenadamedia Group.
- 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*, 9(1), 1–16.
- Databoks. (2022). *Pendanaan yang Dihimpun Industri Securities Crowdfunding 2018-2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/b1384483f2808ee/dana-securities-crowdfunding-tembus-rp507-miliar-per-juni-2022>
- Ferdana, Aulia Deva; Ridlwan, Ahmad Ajib, Canggih, Clarashinta, F. K. (2022). Z Generation’s Intention to Use Zakat Digital Payment: The Mediating Effect of Trust. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9 no 2(1), 171–189.
- Isabela, & Umam, M. (2020). Optimalisasi Fintech di Sektor Filantropi Islam untuk Pengembangan ZISWAF. *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 81.

- Kejela, A. B., & Porath, D. (2022). *Influence of attitude on mobile banking acceptance and factors determining attitude of end-users in Ethiopia*. <https://doi.org/10.1108/JIDE-08-2021-0007>
- Maulidya, N. (2022). *Efektivitas terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code. I*, 325–354.
- Nabilah, U., & Galuh, A. K. (n.d.). ULFA NABILAH & AJENG KARTIKA GALUH. *ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE IN FOCUS*, 2, 2023. <https://doi.org/10.21776/ieff>
- Nuridin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*, Vol. 2 No.
- Octaviani, R., Pamesti, P., & Heradhyaksa, B. (2021). Review of Equity Crowdfunding Practices through Santara.id in the Perspective of Islamic Economic Law Review of Equity Crowdfunding Practices through Santara.id in the Perspective of Islamic Economic Law. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 31(2), 161–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/ahkam.2021.31.2.9014>
- Rahmawati, I., Puspita, E., & Zaman, B. (2023). *Public Perception of The Ease of Donating and The Effectiveness of Using Fintech in Paying Zakat and Alms on The Kitabisa Application (Case Study of Sumberbendo Village, Pare District)*. 1(1).
- Ramadhan, Moh. H. N., & Hendratni, A. (2023). Moslem Millennials Donor Intention Through Donation-Based Crowdfunding In Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 41–56. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp41-56>
- Ridwan, M., Sastraatmadja, A. H. M. S., Purnamasari, Supriyanto, A., Sukma, S. R. R., & Fauzan, R. (2023). *Manajemen Ziswaf. Global Eksekutif Teknologi*.
- Rofiqoh, S. N. I., Ala'uddin, M., & Hasanah, N. (2018). Strategi Fundraising Zakat: Literasi Zakat Produktif dan Zakat Profesi (Studi Pada BMT MUDA Jatim Mitra Inisiatif Zakat Indonesia). *Proceedings of Annual ...*, 2, 557–575.
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi dan Efektifitas Penyaluran menggunakan Fintechh Crowdfunding terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah. *Jurnal Ekoomi Islam*, 13(1).
- Sari, D. P., Akasumbawa, M. D. D., Rukmana, L., & Razali. (2024). Intention to Pay Infaq and Alms Through Crowdfunding Platform. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 11(1), 54–76. <https://doi.org/10.20473/vol11iss20241pp54-76>
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Syurmita, S., & Fircarina, M. J. (2020). Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 87-97.

- Tartila, M. (2022). *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Community Motivation for Selecting Zakat, Infaq, and Sadaqah Payment Methods Using Fintech Platform*. 9(1), 17–31.
- Tumsifu, E., & Gekombe, C. (2020). *Small and Medium Enterprises and Social Media Usage: A Fashion Industry Perspective*. 15(1), 101–124.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wadud, A. M., & Yahya, M. (2020). *Respon Dan Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Untuk Pengembangan Modal Usaha Pada USPPS BMT Al-Ishlah*. 2(2), 161.

