

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH MENGUNAKAN FITUR BERBAGI-ZISWAF BSI

Umi Habibah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: umi.20010@mhs.unesa.ac.id

Fira Nurafini

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: firanurafini@unesa.ac.id

Abstrak

Dana ZIS menjadi instrumen yang paling penting dalam meningkatkan kesejahteraan negara dalam konteks ekonomi syariah. Potensi perolehan dana ZIS dan penerimaan dana ZIS di Indonesia mengalami kesenjangan. BAZNAS telah menetapkan UPZ (Unit Pengelola Zakat) salah satunya BSI sebagai unit pelayanan yang bertugas melayani muzakki dengan memberikan fitur pembayaran Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) yakni fitur Berbagi-Ziswaf pada mobile banking BSI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking Bank Syariah Indonesia. Data dianalisis menggunakan teknik SEM-PLS. Total responden yang telah mengisi kuisioner sebanyak 106 orang yang menjadi nasabah BSI. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari data primer. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking BSI sementara persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking BSI.

Kata Kunci : Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Minat Nasabah, ZIS.

Abstract

ZIS funds are the most important instrument in improving the country's welfare in the context of sharia economics. The potential for obtaining ZIS funds and receipt of ZIS funds in Indonesia is experiencing a gap. BAZNAS has designated UPZ (Zakat Management Unit), one of which is BSI, as a service unit tasked with serving muzakki by providing Zakat, Infaq and Shodaqoh (ZIS) payment features, namely the Sharing-Ziswaf feature on BSI mobile banking. This research aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived easy and perceived risk on customers' interest in paying Zakat, Infaq and Shodaqoh (ZIS) using the ziswaf-sharing feature on Bank Syariah Indonesia's mobile banking. Data were analyzed using the SEM-PLS technique. The total number of respondents who filled out the questionnaire were 106 people who were BSI customers. The data source used in this research comes from primary data. Sampling used a purposive sampling technique. The results of the study showed that perceived usefulness and perceived easy had a positive effect on customers' interest in paying ZIS using the ZIS-sharing feature on BSI mobile banking while perceived risk had a negative effect on customers' interest in paying ZIS using the ZIS-sharing feature on mobile BSI banking.

Keywords : Perceived usefulness, easy, risk, costumers interest, ZIS.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang begitu pesat membuat seluruh aktivitas masyarakat disandingkan dengan penggunaan internet. Pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

(APJII) mengungkapkan dari jumlah penduduk di Indonesia, pengguna internet mencapai kurang lebih 78,19% ditahun 2022-2023 (Finaka, 2023). Hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa terdapat peningkatan 1,17% dibandingkan dengan periode 2021-2022 (Sadya, 2023). Umumnya, penggunaan teknologi internet banyak ditemui untuk tujuan komersial maupun bisnis. Namun, akhir-akhir ini kegiatan sosial dan keagamaan juga memanfaatkan teknologi internet. Salah satu kegiatan yang memanfaatkan internet yakni berdonasi. Penghimpunan Filantropi Indonesia mengungkapkan peningkatan perolehan donasi digital mencapai 72% menggunakan *platform digital* (Filantropi, 2021).

Umumnya, penggunaan teknologi internet banyak ditemui untuk tujuan komersial maupun bisnis. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei *E-Commerce* oleh *Statistika Market Insight* yang mengungkapkan sebanyak 196, 47 juta orang yang telah menggunakan *E-Commerce* (Mustajab, 2023). Di Indonesia jenis *fintech* yang paling digemari yakni *Digital Payment System*. *Digital Payment System* juga sudah masuk dalam lingkup perbankan syariah. Salah satu bentuk layanan berbasis teknologi yang disediakan adalah *Mobile banking* dan *Internet Banking* (Junaedi & Neneng, 2023). Bank Indonesia mencatat di bulan Juli 2023 nilai transaksi *digital banking* tumbuh 11,6% sebanyak 13.827 triliun (Yolandha, 2023). Salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan tersebut yakni banyaknya jumlah penetrasi pengguna *smartphone* khususnya pengguna internet. Layanan perbankan digital sudah dapat diakses oleh masyarakat di Indonesia, hal tersebut dapat memudahkan akses layanan perbankan melalui *smartphone* (Isnaini, 2023).

Perkembangan *financial technology* memberikan dampak positif untuk mendorong penyebaran agama secara digital. Dalam meningkatkan kesejahteraan negara dalam konteks ekonomi syariah, instrumen yang paling penting yakni dengan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) (Kurniaputri et al., 2020). Dengan adanya digitalisasi keuangan diharapkan dapat mendorong keberhasilan *digital payment sistem* terutama dalam hal membayar zakat melalui media digital. Mengembangkan metode pembayaran zakat merupakan ketertarikan untuk menunaikan ibadah zakat, dan kualitas keimanan seseorang tergantung bagaimana komitmen seorang muslim dalam melaksanakan ibadah. Dengan adanya perkembangan teknologi dan keuangan digital yang terus meningkat membuat OPZ memanfaatkan keadaan tersebut dengan mendukung gerakan digitalisasi zakat. Mengembangkan kanal-kanal digital payment baik melalui platform milik pribadi maupun berkolaborasi dengan platform *digital payment* atau *e-commerce* yang sudah ada (Mahri et al., 2021).

Kesenjangan antara potensi ZIS dan penerimanya menjadi masalah penting. Menurut riset Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) penggalangan zakat, infaq, sedekah, dan dana sosial dan keagamaan lainnya di Indonesia akan mencapai 21,3 triliun rupiah pada tahun 2022, meningkat 52,14% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara potensi ZIS di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 327 Triliun (Lulut, 2022). Zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) merupakan sumber pendanaan potensial dengan tujuan meningkatkan presentase kesejahteraan serta menurunkan angka kemiskinan di masyarakat khususnya pada masyarakat muslim (Oktavendi & Mua'ammal, 2021a). Pada tahun 2022, jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 241,7 juta (Rizaty, 2023). Banyaknya jumlah muslim tersebut, Indonesia memiliki potensi ZIS yang besar. Hal tersebut menjadi instrumen yang mempunyai peran dalam mensejahterakan kehidupan masyarakat.

Jumlah kemiskinan di Indonesia mencapai 26,36 juta per September 2022 meningkat 0,03% terhadap Maret 2022 (BPS, 2021). Tingginya angka kemiskinan ini menunjukkan bahwa masih banyaknya mustahik yang harus dipertahankan oleh BAZNAS. Pada tahun 2022 total donasi masyarakat secara online melalui Gopay sebanyak 154 Miliar. Perolehan tersebut merupakan fenomena yang sangat bagus mengingat BASNAZ mendorong pemanfaatan digitalisasi untuk pengumpulan ZIS agar penerimaannya lebih optimal (Nurhidayat, 2023). Dalam menunjang pelaksanaan penghimpunan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) BAZNAS telah menetapkan UPZ (Unit Pengelola Zakat) sebagai unit pelayanan yang bertugas melayani muzakki serta berkedudukan dan mempunyai kewenangan dalam mengelola zakat secara nasional (Syafiie, 2020). Dalam layanan perbankan, BAZNAS bekerja sama dalam memberikan fitur pembayaran Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) (BASNAZ, 2023).

Salah satu mitra BAZNAS dalam layanan perbankan adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI terbentuk dari penggabungan 3 bank syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah, dan resmi berganti nama menjadi BSI bertepatan pada 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriyah pada 1 Februari 2021. Pada tahun 2022, penghimpunan dana ZISWAF melalui BSI *Mobile* mencapai 95,1 Milyar (Yudhistira, 2023). BSI menjadi Unit Pengelola Zakat (UPZ) yang mempunyai misi menampung, mengendalikan serta mendistribusikan zakat kepada penerikma zakat (mustahik) sebagaimana ditunjuk oleh BASNAZ. Direktur utama BSI menyatakan bahwa sebagai lembaga keuangan syariah penguatan ekosistem ZIS merupakan salah satu instrumen syariah yang sejalan dengan visi syariah yaitu mensejahterakan ekonomi umat (Amanda, 2021).

Proses penerimaan dana Ziswaf (Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf) di Layanan Mobile Banking Bank Islam Indonesia dapat diakses melalui fitur Berbagi-Ziswaf. Fitur ini memungkinkan nasabah untuk berkontribusi dan mendonasikan dana dengan mudah melalui platform perbankan digital. Nasabah BSI dapat dengan mudah membagikan Zakat, Infaq, Wakaf, sedekah dan fidyah melalui ponselnya tanpa mengenal waktu dan lokasi. Keunggulan layanan ini tidak ditemukan di sebagian besar aplikasi *mobile banking* atau situs distribusi Ziswaf (Hakim & Rahmanungsih, 2022).

Pertumbuhan pengguna BSI *mobile* Per 2022 berkisar kurang lebih 39% dari total 4,81 juta nasabah. Kemudian per Februari 2023 jumlah *digital transaction* Bank Syariah Indonesia bernilai lebih dari 64 triliun. Hal tersebut ditunjang karena kemudahan mengakses BSI *Mobile* ditengah populernya digitalisasi layanan keuangan syariah di Indonesia (Anam, 2023). Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memberikan kemudahan dalam layanan khususnya fitur berbagi-ziswaf untuk menghimpun dana ZIS bagi masyarakat dengan menggunakan layanan keuangan perbankan atau *mobile banking* BSI (BAZNAS, 2021).

Minat nasabah dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, sebagaimana dalam penelitian Kharisma dan Jayanto (2023) bahwa minat nasabah dalam membayar ZIS dipengaruhi oleh faktor kegunaan. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai takaran seseorang terhadap penggunaan teknologi yang dinilai memberi manfaat untuk meningkatkan suatu kinerja. Semakin tinggi manfaat atau kegunaan yang dirasakan pada pengguna e-zakat maka seorang muzaki akan kembali membayar ZIS secara online. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Yusuf dan Sarasi (2023) yang menjabarkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar zakat menggunakan QRIS. Kegunaan juga mempengaruhi minat nasabah penggunaan *mobile banking* secara positif dan signifikan (Wandi et al., 2020).

Adapun faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat nasabah yakni faktor kemudahan (Junedi & Neneng, 2023). Hasil penelitian Junaedi & Neneng (2023) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan dalam menggunakan *mobile banking* pada nasabah BSI. Sejalan dengan hasil penelitian Rodiah & Melati (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada generasi milenial. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui *e-wallet*. Variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan dapat diartikan bahwa kemudahan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya minat seseorang menggunakan *e-wallet* dalam membayar ZIS (Abiyan & Rohim, 2023).

Dalam beberapa riset yang dilakukan, ditemukan bahwasanya persepsi risiko mempengaruhi minat menggunakan rekening ponsel secara negatif dan signifikan. Ketika persepsi risiko semakin meningkat pada melakukan transaksi pada rekening ponsel maka secara otomatis minat dalam penggunaan rekening ponsel menurun. Semakin rendahnya persepsi risiko dalam penggunaan rekening ponsel maka semakin tinggi minat penggunaannya (Andriyanto dan Diana, 2016). Minat terhadap pembayaran dana ZIS dipengaruhi faktor persepsi risiko secara negatif dan signifikan. Ketika risiko yang didapatkan semakin tinggi pada pembayaran ZIS menggunakan *digital fundraising* (secara online) maka akan menurunnya minat masyarakat dalam membayar ZIS melalui *digital fundraising* (secara online) (Akbar & Burhan, 2023).

Berdasarkan pemaparan permasalahan dan hasil dari penelitian terdahulu yang telah diidentifikasi, masih terbatasnya penelitian yang membahas tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* dalam membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) khususnya menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yang saat ini merupakan bank syariah yang terbentuk dari merger tiga bank syariah yang sebelumnya masing-masing sudah menjadi UPZ BAZNAS. Harapan dari pelaksanaan penelitian ini yakni informasi yang didapatkan dapat digunakan sebagai bahan acuan pembuatan strategi pengembangan serta perbaikan kinerja oleh penyedia layanan pembayaran Zakat, Infaq dan Shodaqoh di *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, sehingga penyedia layanan dapat mengetahui minat nasabah menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia untuk keperluan membayar Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan metode *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM- PLS). Sumber penelitian dari data primer melalui penyebaran kuisioner (angket). Populasi yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Indonesia. Teknik perhitungan sampel menggunakan rumus Hair et al yang menghasilkan 108 sampel dari populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Adapun kriteria responden yang menjadi sampel penelitian adalah: (1) Seorang muslim (Beragama Islam). (2) Memiliki aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI *mobile*). (3) Pernah melakukan pembayaran Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*).

Variabel endogen pada penelitian ini terdapat tiga variabel. Pertama, variabel persepsi kegunaan dengan indikator *usefull*, *effectiveness* dan *productivity* (Oentario et al., 2017). Kedua, variabel persepsi kemudahan dengan indikator *clear and*

undersandable, controllable, easy to learn dan *easy to use* (Akbar & Burhan, 2023). Ketiga, variabel persepsi risiko dengan indikator pemikiran bahwa berisiko, berupa adanya risiko tertentu dan mengalami kerugian (Priambodo & Prabawani, 2015). Variabel eksogen penelitian ini yakni variabel minat dengan indikator keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Rodiah & Melati, 2020). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

H3 : Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Pengujian model pengukuran dengan validitas konvergen, validitas diskriminan, AVE, dan reliabilitas dengan reliabilitas komposit dan Cronbach's alpha merupakan bagian dari evaluasi utilitas PLS. Kemudian, model struktural diuji melalui R-Squared (R²), koefisien jalur, dan model Goodness of Fit (Duryadi, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan penyebaran angket kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Data yang telah didapatkan dan diverifikasi sesuai dengan kriteria sebanyak 106 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Identitas Responden		Jumlah	Presentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	29	27,36%
	Perempuan	77	72,64%
Usia	17 – 24 Tahun	44	41,51%
	25 – 30 Tahun	47	44,34%
	31- 40 Tahun	13	12,26%
	41 – 50 Tahun	2	1,89%
Pendidikan terakhir	SMA (Sederajat)	56	52,83%
	Diploma	43	40,57%
	Sarjana (S1)	5	4,72%
	Magister (S2)	2	1,89%
	Doktoral (S3)	0	0,00%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	30	28,30%
	Guru/Dosen	8	7,55%
	Pegawai Swasta	48	45,28%
	Wirausaha	14	13,21%
	Ibu Rumah Tangga	6	5,66%
Lama menjadi nasabah BSI	< 6 Bulan	17	16,04%
	1 – 2 Tahun	37	34,91%
	2 -3 Tahun	35	33,02%
	>3 Tahun	17	16,04%

Identitas Responden		Jumlah	Presentase
Lama	< 6 Bulan	22	20,75%
menggunakan <i>mobile</i>	1 – 2 Tahun	41	38,68%
	2 - 3 Tahun	27	25,47%
<i>banking</i> BSI	>3 Tahun	16	15,09%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pada tabel 1, hasil demografi pada penelitian ini didominasi oleh responden perempuan yakni sebesar 77 responden atau 72,64%. Rentang usia responden didominasi oleh usia 25 sampai 30 tahun dengan responden sebanyak 47 responden atau 44,34%. Tingkat pendidikan didominasi oleh pendidikan terakhir SMA (Sederajat) sebanyak 56 responden atau 52,83%. Untuk responden yang bekerja didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 48 responden atau 45,28%. Lama sebagai nasabah BSI didominasi oleh nasabah dengan rentang waktu 1 sampai 2 tahun sebanyak 37 responden atau 34,91%, dan nasabah BSI yang telah menggunakan *mobile banking* BSI dengan rentang waktu 1 sampai 2 tahun sebanyak 41 responden atau 38,68%.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji *outer model* meliputi reliabilitas indikator, *internal consistency reliability*, validitas konvergen dan validitas deskriminan, yang bertujuan mengukur dan mengetahui seberapa valid dan reliabel indikator penelitian.

Tabel 2 Reliabilitas Indikator (*Outer Loadings*)

No	Indikator	<i>Outer Loadings</i>
1.	MT 1.1 <- MT	0,786
2.	MT 1.2 <- MT	0,722
3.	MT 1.3 <- MT	0,746
4.	MT 2.1 <- MT	0,871
5.	MT 2.2 <- MT	0,741
6.	MT 2.3 <- MT	0,774
7.	MT 3.1 <- MT	0,808
8.	MT 3.2 <- MT	0,772
9.	MT 3.3 <- MT	0,858
10.	PKG 1.1<- PKG	0,941
11.	PKG 1.2 <- PKG	0,775
12.	PKG 1.3 <- PKG	0,701
13.	PKG 2.1<- PKG	0,718
14.	PKG 2.2 <- PKG	0,753
15.	PKG 3.1 <- PKG	0,761
16.	PKG 3.2 <- PKG	0,815
17.	PKG 3.3 <- PKG	0,872
18.	PKM 1.1 <- PKM	0,864
19.	PKM 2.1 <- PKM	0,795
20.	PKM 2.2 <- PKM	0,720
21.	PKM 2.3 <- PKM	0,821
22.	PKM 3.1 <- PKM	0,756
23.	PLM 3.2 <- PKM	0,743
24.	PKM 3.3 <- PKM	0,763

No	Indikator	Outer Loadings
25.	PKM 4.2 <- PKM	0,855
26.	PKM 4.3 <- PKM	0,813
27.	PR 1.1 <- PR	0,845
28.	PR 1.2 <- PR	0,748
29.	PR 1.3 <- PR	0,830
30.	PR 2.1 <- PR	0,783
31.	PR 2.2 <- PR	0,778
32.	PR 2.3 <- PR	0,792
33.	PR 3.1 <- PR	0,760
34.	PR 3.2 <- PR	0,750
35.	PR 3.3 <- PR	0,769

*) Variabel tidak reliabel

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Menurut (Furadantin, 2018) reliabilitas data dapat terlihat berdasarkan nilai *outer loading*. Nilai *outer loading* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten dapat dijelaskan oleh kontruk. Berdasarkan (Furadantin, 2018), data dikatakan reliabel apabila nilai *outer loading* diatas 0,70. Maka berdasarkan penelitian diketahui terdapat 35 item pernyataan yang reliabel karena memenuhi persyaratan nilai *outer loading* diatas 0,70.

Tabel 3. Uji Internal Consistency Reliability dan Validitas Konvergen

	Cronbanc's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	AVE
MT	0,923	0,927	0,936	0,621
PKG	0,917	0,951	0,932	0,635
PKM	0,930	0,947	0,941	0,641
PR	0,922	0,933	0,935	0,616

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Adapun uji *Internal Consistency Reliability* diukur dengan melihat hasil *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Berdasarkan (Furadantin, 2018) nilai *Cronbanch's Alpha* dan *Composite Reliability* diatas 0,7 berarti bahwa indikator dari kontruk dinyatakan dapat mengukur kontruk latennya. Maka berdasarkan penelitian diketahui bahwa seluruh variabel dapat diukur karena memenuhi persyaratan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,7. Nilai AVE digunakan untuk menunjukkan hasil evaluasi validitas konvergen pada tiap kontruk. nilai *Average Variance Extracted* (AVE) setiap variabel diatas 0,5 (Furadantin, 2018) yang dapat diartikan bahwa masing-masing item indikator dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 4. Validitas Deskriminan (Cross Loading)

No		MT	PKG	PKM	PR
1.	M1.1	0,786	0,425	0,214	-0,184
2.	M1.2	0,723	0,354	0,165	-0,267
3.	M1.3	0,746	0,428	0,137	-0,231
4.	M2.1	0,871	0,492	0,146	-0,164
5.	M2.2	0,741	0,418	0,082	-0,336
6.	M2.3	0,774	0,347	0,250	-0,304

No		MT	PKG	PKM	PR
7.	M3.1	0,808	0,417	0,224	-0,259
8.	M3.2	0,771	0,254	0,206	-0,242
9.	M3.3	0,858	0,448	0,191	-0,293
10.	PKG1.1	0,455	0,940	0,265	-0,073
11.	PKG1.2	0,387	0,784	0,171	-0,089
12.	PKG1.3	0,334	0,697	0,324	-0,123
13.	PKG2.1	0,263	0,710	0,206	0,011
14.	PKG2.2	0,368	0,756	0,272	-0,162
15.	PKG3.1	0,325	0,770	0,298	0,003
16.	PKG3.2	0,375	0,816	0,189	-0,134
17.	PKG3.3	0,611	0,873	0,210	-0,117
18.	PKM1.1	0,198	0,267	0,868	-0,198
19.	PKM2.1	0,239	0,215	0,816	-0,047
20.	PKM2.2	0,129	0,155	0,729	-0,194
21.	PKM2.3	0,207	0,273	0,822	-0,146
22.	PKM3.1	0,132	0,174	0,760	-0,132
23.	PKM3.2	0,214	0,336	0,738	-0,225
24.	PKM3.3	0,137	0,203	0,777	-0,200
25.	PKM4.2	0,152	0,260	0,865	-0,115
26.	PKM4.3	0,115	0,161	0,817	-0,133
27.	PR1.1	-0,304	-0,062	-0,240	0,845
28.	PR1.2	-0,183	-0,117	-0,200	0,748
29.	PR1.3	-0,254	-0,114	-0,179	0,830
30.	PR2.1	-0,243	-0,170	-0,128	0,783
31.	PR2.2	-0,223	-0,039	0,019	0,778
32.	PR2.3	-0,269	-0,095	-0,138	0,792
33.	PR3.1	-0,194	0,079	-0,101	0,760
34.	PR3.2	-0,210	-0,056	-0,102	0,750
35.	PR3.3	-0,327	-0,173	-0,213	0,769

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Uji validitas deskriminan digunakan untuk menentukan pengukuran yang baik bagi kontruknya pada suatu indikator reflektif yang harus berkorelasi tinggi terhadap kontruknya saja. Menurut (Furadantin, 2018) validitas deskriminan dilihat dari nilai cross loading, fornell lackeer criterion dan heterotrait-monotrait ratio.

Tabel 5. Validitas Deskriminan (Fornel Larcker Criterion)

	MT	PKG	PKM	PR
MT	0,788			
PKG	0,513	0,797		
PKM	0,225	0,296	0,801	
PR	-0,323	-0,114	-0,190	0,785

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Tabel 5 menunjukkan hasil cross loading masing-masing indikator untuk setiap variabel memiliki nilai diatas 0,7 maka tidak terdapat korelasi antar kontruk lainnya. Ini mengindikasikan bahwa validitas diskriminan dari model terjamin.

Tabel 6. Validitas Deskriminan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	MT	PKG	PKM	PR
MT				
PKG	0,525			
PKM	0,232	0,317		
PR	0,338	0,153	0,215	

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Pada tabel 6 menunjukkan hasil *fornell lacker criterion* masing-masing variabel lebih besar dari nilai kuadrat AVE sehingga penelitian ini memiliki validitas deskriminan yang baik. Pada tabel 6 menunjukkan hasil *Heterotrait- Monotrait Ratio* kurang dari 0,9 maka dapat dinyatakan valid secara deskriminan antar variabel reflektif.

Model Struktural (*Inner Model*)

Uji *inner model* bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Uji *inner model* meliputi *Variance Inflation Factor* (VIF), koefisiensi determinasi (R^2), *cross-validated redundancy* (Q^2), koefisien jalur (*path coefficients*) dan *effect Size* (F^2).

Tabel 7. Hasil *Variance Inflation Factor* (VIF)

	MT	PKG	PKM	PR
MT				
PKG	1,100			
PKM	1,126			
PR	1,041			

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Berdasarkan nilai uji kolineritas atau nilai VIF pada tabel 7 diatas, didapati bahwa toleransi dibawah 0,20 atau $< 5,0$ (Furadantin, 2018) dengan artian bahwa tidak terjadi masalah kolineritas antar variabel.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi / *R Square* (R^2)

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
MT	0,335	0,316

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Berdasarkan nilai *R-Square* pada tabel 10 diatas. X1, X2 dan X3 menjelaskan Y sebesar 0,335 atau 33,5% yang menunjukkan bahwa model penelitian dapat dikatakan memiliki kekuatan prediksi yakni $< 0,25$. Sedangkan kontruk sisanya yakni 66,5% dijelaskan dengan faktor lain diluar model penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

	T Statistics	P value	Keterangan
PKG -> MT	4,068	0,000	Berpengaruh signifikan
PKM -> MT	2,468	0,014	Berpengaruh signifikan
PR -> MT	2,532	0,012	Berpengaruh signifikan

Sumber : Data primer smartpls diolah penulis (2024)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui pengaruh variabel endogen secara parsial terhadap variabel eksogen adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Kegunaan (X_1)

Variabel persepsi kegunaan (X_1) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t-statistics $4,068 > 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan

persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dapat diterima.

2. Persepsi Kemudahan (X_2)

Variabel persepsi kemudahan (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan nilai t -statistics $2,468 > 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dapat diterima.

3. Persepsi Risiko (X_3)

Variabel persepsi risiko (X_3) memiliki nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan nilai t -statistics $2,532 > 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_3) yang menyatakan persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dapat diterima.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Nasabah Membayar ZIS Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat membayar ZIS secara online. Temuan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan E-Zakat dalam membayar ZIS (Kharisma & Jayanto, 2021). Hasil yang sama menunjukkan bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat membayar ZIS menggunakan QRIS (Yusuf & Sarasi, 2023). Hasil penelitian lainnya menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) (Paramita & Hidayat, 2023). Sedangkan penelitian Rachmawati & Canggih (2023) menyatakan sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory Acceptance Model* (TAM) dikenalkan oleh Davis tahun 1989 yang menjelaskan bahwa *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dapat mempengaruhi minat yang merupakan tingkatan kepercayaan seseorang akan perasaan meningkatnya kinerja seseorang setelah menggunakan suatu sistem. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wardhana, 2016) tentang pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *e-commerce* dengan pendekatan metode *Theory Acceptance Model* (TAM).

Penelitian ini menghasilkan bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI. Hal ini ditunjukkan melalui penggunaan fitur tersebut yang berguna atau memberikan manfaat (*usefull*), lebih efektif (*effectiveness*) dan dapat meningkatkan produktivitas bagi penggunanya (Oentario et al., 2017). Hal ini mengindikasikan bahwasanya nasabah BSI yang merasakan manfaat dari fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI, maka akan menginginkan untuk mengadopsi fitur tersebut dalam membayar ZIS. Oleh karena itu pentingnya fasilitas layanan elektronik seperti fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI guna meningkatkan minat donator dan muzakki khususnya nasabah dalam membayar ZIS secara online.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah Membayar ZIS Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf Menggunakan *Mobile Banking* BSI

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI. Pernyataan ini sesuai dengan hasil riset Irawati & Fitriyani (2022)

yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat sedekah non tunai. Sejalan dengan hasil penelitian Abriyansyah & Rohim (2023) menunjukkan bahwasanya minat membayar ZIS melalui *e-wallet* dipengaruhi oleh faktor persepsi kemudahan. Sejalan dengan penelitian lainnya bahwa minat nasabah membayar ZIS menggunakan *mobile banking* juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan secara positif (Oktavendi & Mua'ammal, 2021b)

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory Acceptance Model* (TAM) dikenalkan oleh Davis tahun 1989 bahwa semakin mudah suatu sistem dapat digunakan, serta tidak membutuhkan usaha yang keras agar terhindar dari kesulitan dalam menggunakannya maka minat masyarakat menggunakan akan meningkat. Penelitian Astuti & Prijanto (2021) menemukan bahwa persepsi kemudahan terhadap layanan zakat digital menyebabkan seorang berminat untuk menggunakan layanan zakat secara digital karena hal tersebut memenuhi harapannya terkait kemudahan bertransaksi dengan pendekatan teori TAM. Kemudahan penggunaan *digital fundraising* terhadap pembayaran ZIS juga akan mempengaruhi minat pembayaran pada Lembaga zakat terkait pembayaran ZIS (Akbar & Burhan, 2023).

Penelitian ini menghasilkan bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI. Hal ini ditunjukkan melalui kemudahan penggunaan (*easy to use*) dan prosedurnya yang mudah dipahami (*easy to learn*) (Priambodo & Prabawani, 2015). Hal ini mengindikasikan bahwasanya nasabah BSI berkeinginan untuk membayar ZIS melalui *mobile banking* BSI karena fitur berbagi-ziswaf dapat dengan mudah digunakan. Oleh karena itu, pentingnya kemudahan penggunaan teknologi untuk mendorong minat khususnya minat membayar ZIS secara online dengan mengadopsi teknologi yakni *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Nasabah Membayar ZIS Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf Menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat secara negatif. Hasil dikatakan negatif dilihat dari uji koefisien jalur dimana hasil nilai *path coefficients* menunjukkan hasil negatif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rodiah & Melati (2020) yang menyatakan bahwasanya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *e-wallet*. Responden pada penelitian ini adalah generasi milenial, dimana semakin tinggi ketidakpastian yang dirasakan maka semakin tinggi risiko yang didapatkan. Hasil yang sama menunjukkan persepsi risiko juga berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan rekening ponsel (Andriyanto dan Diana, 2016). Hasil penelitian lainnya menjelaskan bahwa persepsi risiko mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan uang elektronik secara negatif (Priambodo & Prabawani, 2015).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Innovation Difussion Theory* (IDT) menurut Moore dan Benbasat pada tahun 1991 yang menyatakan bahwa persepsi risiko dapat mempengaruhi seseorang saat menggunakan suatu teknologi karena seseorang akan menggunakan teknologi atas suatu kebermanfaatan. Penelitian (Priambodo & Prabawani, 2015) mengemukakan bahwa penggunaan layanan uang elektronik sebagai alat transaksi non tunai dalam menyimpan uang kedalam uang elektronik diyakini seseorang memiliki risiko yang rendah, selain itu dapat menghemat interaksi seseorang karena dinilai dapat memberikan dampak keamaan, efisiensi waktu dan cepat dalam melakukan transaksi keuangan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, maka ditarik kesimpulan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi persepsi yang dirasakan terhadap kegunaan dan kemudahan teknologi khususnya fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI, maka minat nasabah untuk membayar ZIS semakin tinggi. Namun pada variabel persepsi risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang akan dan mungkin terjadi saat menggunakan teknologi khususnya fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI, maka minat nasabah untuk membayar ZIS semakin rendah. Dan sebaliknya, jika semakin rendah persepsi risiko yang akan dan mungkin terjadi saat menggunakan teknologi khususnya fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI, maka minat nasabah untuk membayar ZIS semakin tinggi. Besarnya pengaruh yang diberikan yaitu 33,5%, sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Dari hasil penelitian tersebut Bank Syariah Indonesia agar dapat meningkatkan faktor-faktor pada variabel yang diteliti pada penelitian ini dengan harapan minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada *mobile banking* BSI semakin meningkat. Selain itu, melakukan inovasi fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk pembayaran ZIS. Keterbatasan pada penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melengkapinya. Peneliti selanjutnya dapat memodifikasi model penelitian yang baru untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang membayar ZIS menggunakan teknologi digital.

5. REFERENSI

- Abriyansyah, M., & Rohim, A. N. (2023). Analysis of factors affecting interest in paying Zakat, Infaq, Sadaqa (ZIS) through e-wallets. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(3), 216–230.
- Akbar, F. I., & Burhan, M. U. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (ZIS) Pada Lembaga Zakat. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3).
- Amanda, G. (2021). *Optimalkan Pengelolaan Zakat Infak Sedekah, BSI Resmikan UPZ*. Replik Online. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/qtewo7423/optimalkan-pengelolaan-zakat-infak-sedekah-bsi-resmikan-upz>
- Anam, K. (2023). *Pengguna Melesat, Pengguna BSI Mobile Diproyeksi Naik 23%*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230216162859-17-414430/pengguna-melesat-transaksi-bsi-mobile-diproyeksi-naik-23>
- Andriyanto dan Diana, Y. R. (2016). Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa. *Jurnal Profita*, 1, 16.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44.

- <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- BASNAZ. (2023). *Layanan Pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah*. <https://baznas.go.id/layananpembayaran>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik
- Filantropi. (2021). *Potret Perilaku Berdonasi Masyarakat Indonesia Saat Pandemi*. Filantropi.or.Of. <https://filantropi.or.id/potretperilaku-berdonasi-masyarakat-indonesia-saat-pandemi>
- Finaka, A. (2023). *Orang Indonesia Makin Melek Internet. Indonesia Baik*. Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara,sebanyak 210%2C03 juta pengguna>
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.
- Hakim, S., & Rahmanungsih, I. (2022). Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di BSI Kota Waringin Timur. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 43–54.
- Hermawan, S., & Amirullah, A. (2016). *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Irawati, N., & Fitriyani, E. N. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 179. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4779>
- Isnaini, H. (2023). *Kuartal II-2023, Nilai Transaksi Digital Banking Tembus Rp 13 Ribu Triliun*. Sindonews.Com. <https://ekbis.sindonews.com/read/1206035/178/kuartal-ii-2023-nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp13-ribu-triliun-1695197359>
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134>
- Lulut, P. (2022). *BAZNAS Optimis Peningkatan Pengelolaan Zakat Nasional 2022 Tumbuh 52 Persen*. BAZNAS. BAZNAS. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Optimis_Peningkatan_Pengelolaan_Zakat_Nasional_2022_Tumbuh_52_Persen/1331
- Mahri, A. J. W., Al Arif, M. N. R., Widiastuti, T., & Fajri, M. (2021). Ekonomi Pembangunan Islam. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research; Publisher: Atlantis Press*, 1(1), Juni.
- Mustajab, R. (2023). *Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna->

- ecommerce-ri-diproeksi-capai-19647-juta-pada-2023
- Nurhidayat, D. (2023). *Total Donasi via GoPay Sepanjang 2022 Capai Rp154 Miliar*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/570256/total-donasi-via-gopay-sepanjang-2022-capai-rp154-miliar>
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- Oktavendi, T. W., & Mua'ammal, I. (2021a). The Role Of Risk, Trust, Social Influence On ZIS Online Payment Adoption: Generation-Z Perspectives. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 430–446.
- Oktavendi, T. W., & Mua'ammal, I. (2021b). The Role Of Risk, Trust, Social Influence On ZIS Online Payment Adoption: Generation-Z Perspectives. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 430–446. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.17400>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(5), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan L Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rachmawati, L. N., & Canggih, C. (2023). Determinants of Generation Z in Paying Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) Online in the City of Surabaya. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 1. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).1-13](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).1-13)
- Rizaty, M. A. (2023). *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Sadya, S. (2023). *APJII : Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Syafiie, S. (2020). Peran Unit Pengumpul Zakat (Upz) Iain Madura Terhadap Kemiskinan Sosial Sekitar. *Filantropi : Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(2), 141–150. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v1i2.2613>
- Wardhana, O. H. P. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Yolandha, F. (2023). *Nilai Transaksi Uang elektronik Kuartal II 2023 Naik 14, 8 Persen*. Republika. [https://ekonomi.republika.co.id/berita/rydnge370/nilai-transaksi-uang-elektronik-kuartal-ii-2023-naik-148-persen#:~:text=Sementara nilai transaksi digital banking,25%2F7%2F2023](https://ekonomi.republika.co.id/berita/rydnge370/nilai-transaksi-uang-elektronik-kuartal-ii-2023-naik-148-persen#:~:text=Sementara%20nilai%20transaksi%20digital%20banking,25%2F7%2F2023)

- Yudhistira, G. (2023). *BSI Dorong Masyarakat Bayar Zakat, Kian Mudah dengan BSI Mobile*. BSI Maslahat. <https://www.bsimaslahat.org/blog/bsi-dorong-masyarakat-bayar-zakat-kian-mudah-dengan-bsi-mobile/>
- Yusuf, S. H., & Sarasi, V. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Kegunaan , Literasi Zakat , dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Menggunakan Qris (Studi Kasus Pekerja Muslim Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, XIII(2), 37–50.

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Identitas Responden		Jumlah	Presentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	29	27,36%
	Perempuan	77	72,64%
Usia	17 – 24 Tahun	44	41,51%
	25 – 30 Tahun	47	44,34%
	31- 40 Tahun	13	12,26%
	41 – 50 Tahun	2	1,89%
	> 50 Tahun	0	-
Pendidikan terakhir	SMA (Sederajat)	56	52,83%
	Diploma	43	40,57%
	Sarjana (S1)	5	4,72%
	Magister (S2)	2	1,89%
	Doktoral (S3)	0	0,00%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	30	28,30%
	Guru/Dosen	8	7,55%
	Pegawai Swasta	48	45,28%
	Wirausaha	14	13,21%
	Ibu Rumah Tangga	6	5,66%
Lama menjadi nasabah BSI	< 6 Bulan	17	16,04%
	1 – 2 Tahun	37	34,91%
	2 -3 Tahun	35	33,02%
	>3 Tahun	17	16,04%
Lama menggunakan <i>mobile banking</i> BSI	< 6 Bulan	22	20,75%
	1 – 2 Tahun	41	38,68%
	2 - 3 Tahun	27	25,47%
	>3 Tahun	16	15,09%
Wilayah	Jawa Barat	5	4,72%
	Jawa Timur	76	71,70%
	Jawa Tengah	6	5,66%
	Banten	3	2,83%
	DKI Jakarta	3	2,83%
	Nanggroe Aceh Darussalam	3	2,83%
	Sumatera Utara	1	0,94%
	Sumatera Selatan	1	0,94%
	Kalimantan Timur	1	0,94%
	Sulawesi Selatan	3	2,83%
	Nusa Tenggara Barat	2	1,89%
	Riau	2	1,89%

Sumber: Data diolah penulis (2024)