

Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-Banking dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening*

Nasyatil Fitria^{1*}, Ridwan Nurdin², Khairul Amri³

^{1*} Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

* Correspondence: asafitria97@gmail.com

Received: 8 June 2024

Revised: 10 July 2024

Accepted: 25 July 2024

Published: 1 August 2024.



Citation: Fitria, N., Nurdin, R., & Amri, K. (2024). Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-Banking dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 9(2), 72–82.

<https://doi.org/10.35870/jemensri.v9i2.2978>.



Copyright: © 2021 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research uses quantitative methods by obtaining data sources from primary and secondary data. This study aims to determine how muzakki behavior uses m-banking digital services to pay zakat using the theory of acceptance and use of technology (UTAUT) where behavioral intention as an intervening variable. The population in this study were people who paid zakat via m-banking with a sample of 120 respondents using the Malhotra technique formula. The data analysis method uses Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software version 4.1. The results obtained show that the variables Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, directly affect behavior intention. While effort expectancy has no effect on behavior intention. Performance expectancy, effort expectancy, Social Influence, and behavior intention variables affect usage adoption, while Facilitating Condition has no effect. Directly on usage adoption. The hypothesis results for indirect effects show that Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Condition affect usage adoption through behavior intention variables, while effort expectancy has no effect on usage adoption through behavioral intention variables.

Keywords: Digital Zakat; M-Banking; UTAUT.

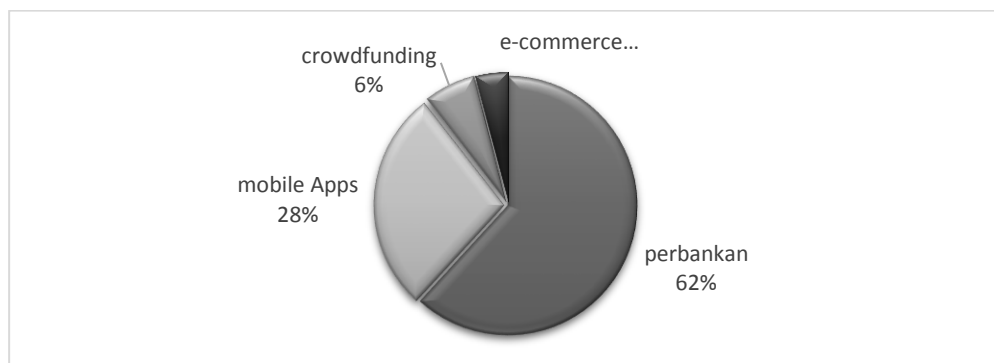
Abstrak: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif memperoleh sumber data dari data primer dan sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku muzakki menggunakan layanan digital m-banking untuk membayar zakat dengan menggunakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) dimana behavioral intention sebagai variable intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat via m-banking dengan sampel sebanyak 120 responden menggunakan rumus teknik Malhotra. Metode analisis data menggunakan Struktural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan bantuan software SmartPLS versi 4.1. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, secara langsung berpengaruh terhadap behavior intention. Sedangkan effort expectancy tidak berpengaruh terhadap behavior intention. Variabel Performance expectancy, effort expectancy, Social Influence, dan behavior intention berpengaruh terhadap usage adoption, sedangkan Facilitating Condition tidak berpengaruh. Secara langsung terhadap usage adoption. Hasil hipotesis untuk pengaruh secara tidak langsung menunjukkan bahwa Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Condition berpengaruh terhadap usage adoption melalui variabel behavior intention, sedangkan effort expectancy tidak berpengaruh terhadap usage adoption melalui variabel behavioral intention.

Kata Kunci: Zakat Digital; M-Banking; UTAUT.

1. Pendahuluan

Pada awal pandemi Covid-19 di tahun 2020, sebagian besar industri mengalami penurunan mobilitas dan aktivitas bertatap muka, yang akhirnya memaksa sebagian besar industri tersebut untuk beralih ke platform digital. Mengutip laporan dari siaran pers Bank Indonesia pada Januari 2022, nilai transaksi uang elektronik kini tumbuh 66,65%, atau mencapai 34,6 triliun dan nilai transaksi digital banking meningkat 62,82% menjadi 4.314,3 triliun. Pandemi Covid-19 telah berhasil mengubah cara berdonasi masyarakat secara simultan baik itu pembayaran zakat infak dan sedekah maupun donasi umum lainnya. Hasil survei yang dilakukan oleh salah satu *e-wallet* terbesar di Indonesia menemukan bahwa cara berdonasi sebelum dan sejak pandemi mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hasil survei menunjukkan jika cara berdonasi melalui kanal digital mengalami kenaikan sebesar 9% dan cara berdonasi secara non-digital mengalami penurunan sebesar 10%. Adapun rata-rata kenaikan donasi secara digital naik sebesar 72%. Kecenderungan masyarakat untuk berdonasi melalui kanal digital meningkat secara signifikan di semua kelompok masyarakat sejak pandemi Covid-19. Zakat merupakan sektor yang sangat krusial dalam Islam. Zakat menjadi salah satu jawaban untuk mengatasi kesenjangan ekonomi nasional. Dalam praktek pengelolaan zakat, proses digitalisasi sudah berlangsung dan terus dilakukan oleh lembaga zakat. Pada aktifitas pengumpulan dan penghimpunan zakat ada tiga stakeholder yang terlibat yaitu muzaki individu dan juga badan atau korporasi, organisasi pengelola zakat yang terdiri dari BAZNAS dan LAZ, kemudian lembaga perantara seperti lembaga perbankan, institusi *crowdfunding*, *fintech* dan juga *e-commerce*.

Pengalangan zakat, infak dan sedekah (ZIS) melalui *e-commerce* mengalami tren yang cukup stabil dalam dua tahun terakhir dengan peningkatan 8,1 M pada bulan Ramadhan (Mei 2021) dan 4,3 M pada bulan Idul Adha (Juli 2021). Berbagai kampanye program kepedulian yang dipromosikan oleh lembaga sosial melalui media digital diperkirakan akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membantu sesama. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan pengumpulan dana ZIS dan DSKL sebesar 13,59% dibandingkan dengan tahun 2020 dikarenakan adanya layanan digital yang memudahkan pembayaran zakat, hal ini juga dibantu dengan tingginya potensi generasi muda yang membayar ZIS melalui kanal digital. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Bank Indonesia pada tahun sebelumnya tingkat digitalisasi zakat sudah cukup baik, hampir semua responden telah menghimpun zakat melalui platform digital. Platform yang paling banyak digunakan dalam pembayaran keuangan sosial Islam di Indonesia untuk menghimpun dana Zakat adalah adalah *mobile banking* (20,8%), *Mobile Payment* (20,8%), *Mobile Apps* selain *Mobile Banking* dan *Payment* (20,8%) serta perbankan (19,3%). Sementara untuk penghimpunan zakat melalui platform digital di dominasi oleh perbankan yaitu sebesar 61,8%, selanjutnya *Mobile Apps* 27,7%, *crowdfunding* 6,5% dan *e-commerce* 4%.



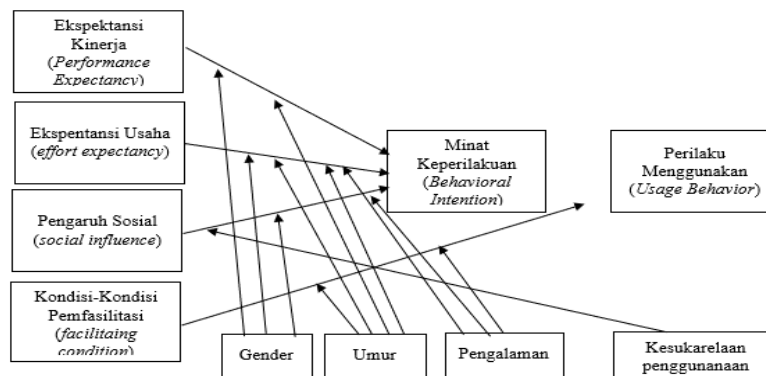
Gambar 1. Grafik Penghimpunan Zakat Melalui Platform Digital

BMA (Baitul Mal Aceh) kini juga memanfaatkan teknologi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) untuk menggalang dana zakat dan infak dari masyarakat. QRIS zakat dan infak BMA hadir sejak tahun 2022, berdasarkan laporan dari pihak BMA dari Januari hingga Juli tahun 2023 lalu, BMA berhasil mengumpulkan 55,4 juta zakat dan 16,7 juta infak melalui QRIS yang dapat diakses melalui *m-banking* BSI maupun *m-banking* Bank Aceh Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin akrab dengan QRIS dan semakin sadar akan pentingnya menunaikan zakat dan infak. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia terus berkomitmen untuk mendorong digitalisasi di berbagai bidang dan mencanangkan Indonesia sebagai negara pusat ekonomi digital dunia. Namun, Indonesia masih menghadapi beberapa masalah seperti ketimpangan atau kesenjangan digital karena sebagian besar masyarakat belum memahami atau tidak terbiasa dengan teknologi digital. Berdasarkan hasil studi dari *East Ventures*, masih terjadi kesenjangan atau ketimpangan digital, data menunjukkan bahwa hanya pulau Jawa yang memiliki indeks daya saing di atas 50 dengan mayoritas wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan teori model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), teori ini merupakan bagian dari kajian keperilakuan seseorang dalam menggunakan sistem teknologi yang dikenalkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. Teori ini dipilih karena telah teruji secara empiris dengan kemampuan yang cukup kuat dalam memprediksi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi.

2. Literatur Review

2.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Setelah mengkaji dan membandingkan kedelapan model sebelumnya, Venkatesh (2003) mulai mencoba memformulasikan suatu teori yang disebut dengan teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*unified theory of acceptance and use of technology* atau UTAUT), berikut kerangka model UTAUT.



Gambar 2. Kerangka model *unified theory of acceptance and use of technology*

UTAUT terbukti berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna. Setelah kedelapan model dievaluasi, ditemukan tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap minat (*intention*) atau terhadap pemakaian (*usage*). Dari ketujuh konstruk ini hanya empat konstruk yang dianggap mempunyai peran utama dalam pengaruh-pengaruh langsung terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakaian. Keempat konstruk ini adalah ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*) (Jogiyanto, 2007).

2.2 Performance Expectancy

Performance expectancy didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja dalam pekerjaannya (Jogiyanto, 2007). Mutlu dan Der (2017) menjelaskan *performance expectancy* berupa kemampuan untuk mendapatkan manfaat signifikan setelah pengguna suatu teknologi. Orang akan memakai sistem ketika orang tersebut merasakan bahwa sistem yang digunakan memberi rasa keamanan dan membantu pekerjaan yang dilakukan secara lebih cepat. Manfaat dari transaksi pembayaran yang diselesaikan memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *m-banking*.

2.3 Effort Expectancy

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem. Jika sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. *Effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan yang terkait saat menggunakan teknologi. Saat kompleksitas atau kerumitan dalam suatu teknologi menurun, pengguna cenderung meningkat. Alalwan dalam Sellyana dan Miharni menyebutkan keinginan individu dalam menerima sistem baru disebabkan tidak hanya oleh seberapa sistem tersebut dihargai secara positif, namun juga oleh seberapa mudah untuk digunakan (S. Winata, Miharni T, 2022).

2.4 Social Influence

Social Influence didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru. Melalui pendidikan, pembentukan dan lingkungan sekitar, Delre (2010) menyatakan bahwa pengaruh sosial sangat memengaruhi cara seseorang berpikir ketika mereka membuat keputusan tertentu. Pengaruh ini dapat berasal dari keluarga, teman, tetangga atau publik figur. Keyakinan seseorang untuk menggunakan teknologi bergantung pada bagaimana masyarakat umum mendukungnya. Faktor sosial seperti lingkungan kerja atau pergaulan seseorang memiliki dampak yang signifikan pada cara mereka berpikir. Pengaruh sosial juga memberi pengaruh pada seseorang melalui pesa yang mengandung harapan sosial dan tinglah laku yang diamati orang lain (Veronica dan Rodhiah, 2021).

2.5 Facilitating Condition

Facilitating condition didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal ada untuk mendukung penggunaan sistem. Vankatesh (2003) dinyatakan bahwa *facilitating condition* mengacu pada sejauh mana pengguna akan percaya bahwa ada struktur organisasi dan teknis yang mendukung penggunaan sistem tersebut. Martin dkk (2014) menyebutkan kondisi yang memfasilitasi

mencerminkan jaminan pengguna atas ketersediaan fasilitas dan sistem pendukung untuk memanfaatkan teknologi baru. *Facilitating condition* menunjukkan ketersediaan, dan aksesibilitas, serta sumber daya yang mendorong penerapan perilaku tertentu. Fasilitas ini memberi pengguna perasaan kontrol psikologis yang pada gilirannya memengaruhi kesediannya untuk mengadopsi perilaku tertentu (Emmanuel, 2021).

2.6 Behavioral Intention

Behavioral intention, merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan-tujuan yang diinginkannya. Vankatesh (2003) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Kotler (2012) *behavioral intention* adalah suatu kondisi dimana konsumen memiliki intensi atau sikap loyal pada suatu barang atau jasa, dan dengan sukarela menceritakan keunggulan produk atau jasa tersebut kepada orang atau pihak lain. Dalam tulisan Kwateng (2019) *behavioral intention* didefinisikan sebagai pengetahuan orang lain mengenai sistem baru tersebut merupakan isu penting yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem baru.

2.7 Use Behavior

Perilaku penggunaan teknologi informasi (*use behavior*) atau sering disebut juga *usage adoption* didefinisikan sebagai intensitas atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi. *Use behavior* dalam banyak penelitian selalu digunakan untuk variabel dependen. Perilaku penggunaan teknologi informasi sangat bergantung pada evaluasi pengguna dari sistem, tersebut. Widyaningrum (2017) menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan suatu refleksi dari perilaku seseorang. Perilaku seseorang dapat dilihat dari niat mereka untuk menggunakan sistem teknologi informasi. Menurut Indra Liempepas (2019) adopsi adalah keinginan seseorang untuk melakukan tindakan. Adopsi dipengaruhi dari niat penggunaan.

2.8 Zakat Digital

Secara bahasa zakat merupakan bentuk masdar dari kata zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. zakat juga bisa bermakna berkembang dan menyucikan. Karena zakat akan mengembangkan harta yang telah dikeluarkan zakat darinya akan menyucikan dosa orang yang mengeluarkan zakat tersebut. Hal tersebut sejalan dengan makna zakat jika ditinjau dari lisan al-arab dari sudut bahasanya. Zakat berarti suci, tumbuh, berkah dan terpuji. Semuanya digunakan di dalam al-quran dan hadits (Qardhawi, 2007). Sedangkan secara terminologi, zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syariat tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula. Adapun berdasarkan Undang-undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Masyarakat muslim berusaha mengelola zakat secara profesional dalam upaya mewujudkan kesejahteraan sosial ekonomi. Teknologi digital muncul bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi. Dalam sektor keuangan, khususnya fintech di mana organisasi zakat di seluruh dunia juga mulai menggunakan fintech untuk menjalankan bisnisnya. Lembaga zakat semakin banyak menggunakan teknologi digital dalam hal pengumpulan, manajemen, pendistribusian, dan pendidikan masyarakat. Penggunaan teknologi digital ini diharapkan dapat meningkatkan potensi untuk mengumpulkan dan menyebarkan zakat. Lembaga zakat saat ini bekerjasama dengan berbagai platform *fintech* seperti *crowdfunding* dan sistem *m-banking* yang memungkinkan pembayaran zakat dilakukan secara online (Anjaswati & Berakon, 2022).

3. Metode

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang difokuskan pada perilaku penggunaan dengan niat perilaku sebagai variabel intervening untuk berzakat dengan menggunakan layanan m-banking.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang menggunakan *m-banking* baik pada Bank Syariah Indonesia maupun Bank Aceh Syariah. Dalam penelitian ini jumlah populasi masyarakat yang menggunakan *m-banking* untuk membayar zakat tidak teridentifikasi dengan jelas sehingga jumlah sampel ditetapkan berdasarkan perhitungan rumus malhotra. Metode *sampling* yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Dengan kata lain pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Menurut Malhotra (1996) penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus malhotra dengan cara mengalikan jumlah sub variabel dengan 5 atau 5 kali jumlah sub variabel. Sub variabel yang diamati dalam penelitian ini sebanyak 20 indikator, yang terdiri dari 14 indikator variabel independen dan 6 indikator variabel dependen, maka sampel minimal adalah $20 \times 5 = 100$ sampel. Sehingga jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 100 sampel, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *kuesioner* (angket).

3.3 Variabel Penelitian

1) Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *usage adoption*. *Usage adoption* merupakan intensitas atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi.

2) Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel Independen dalam penelitian ini ada 4 yaitu ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*). Ekspektansi kinerja didefinisikan sebagai harapan yang diinginkan individu setelah menggunakan suatu teknologi, seperti memperoleh manfaat dari suatu aktivitas. Menurut Davis (1989) ekspektansi kinerja dapat diukur melalui 5 item, diantaranya *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *job fit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations*. Sedangkan *effort expectancy* adalah tingkat kepercayaan individu bahwa teknologi baru sangat mudah untuk digunakan. Menurut Davis (1989) ekspektansi usaha dapat diukur melalui 2 item, diantaranya *Perceived ease of use* dan *ease of use*. Untuk variabel pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Menurut Ajzen (1991) pengaruh sosial dapat diukur melalui 3 item, yaitu norma subyektif, faktor-faktor sosial dan image. Variabel *facilitating condition* (kondisi-kondisi pemfasilitasi) didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa fasilitas yang mendukung seperti sumber daya dan dukungan teknis pada teknologi dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Ajzen (1991) kondisi-kondisi pemfasilitasi dapat diukur melalui 3 item, diantaranya kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*), kondisi pemfasilitasi, dan kompatibilitas (*Compatibility*).

3) Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2019) variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention*. *Behavioral intention* didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat untuk menggunakan suatu sistem secara terus menerus dimasa yang akan datang. *Behavioral intention* juga disebut sebagai keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan-tujuan yang diinginkannya. Venkatesh (2012) *behavior intention* menjadi faktor paling kuat yang mempengaruhi niat adopsi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1-5. Pemberian skala yang dimaksud adalah untuk memberikan bobot terhadap masing-masing alternatif pilihan jawaban kuesioner (Amri & Nurmala, 2021). Pemberian skor pilihan jawaban kuesioner dalam kajian ini berlaku ketentuan:

Tabel 1. Tabel Pengukuran Skala Likert

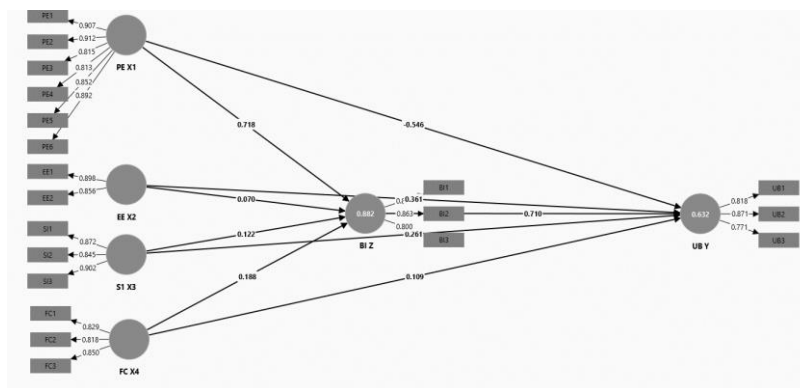
Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

1) Uji Validitas Convergent

Salah satu pengukuran yang dapat digunakan dari *convergent validity* adalah dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut hasil nilai *outer loading* dari masing-masing indikator:



Gambar 3. Grafik Outer Loading

Berdasarkan gambar diatas, ditemukan bahwa nilai *outer loading* setiap indikator variabel X1, X2, X3, X4, Z dan Y adalah lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel latennya dikatakan valid dan dapat digunakan pada analisis berikutnya.

2) Uji Discriminant validity

Uji Validitas diskriminan digunakan untuk melihat apakah suatu indikator dari variabel laten tertentu berbeda dari indikator-indikator variabel laten lainnya.

Tabel 2. Hasil Uji Discriminant Validity (Nilai AVE)

Variabel	AVE
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	0,750
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	0,770
<i>Social Influence</i> (X3)	0,763
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	0,693
<i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,693
<i>Usage Behavior</i> (Y)	0,674

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE setiap variabel > 0,5, sehingga *discriminant validity*nya terpenuhi. Adapun jika dilihat dari nilai akar AVE adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (Nilai Akar AVE)

Variabel	<i>Performance Expectancy</i> (X1)	<i>Effort Expectancy</i> (X2)	<i>Social Influence</i> (X3)	<i>Facilitating Condition</i> (X4)	<i>Behavior Intention</i> (Z)	<i>Usage Behavior</i> (Y)
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	0,866					
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	0,595	0,878				
<i>Social Influence</i> (X3)	0,427	0,403	0,873			
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	0,533	0,503	0,273	0,832		
<i>Behavior Intention</i> (Z)	0,912	0,641	0,508	0,639	0,832	
<i>Usage Behavior</i> (Y)	0,485	0,651	0,564	0,624	0,645	0,821

Berdasarkan tabel 4.6 menjelaskan bahwa diatas nilai akar AVE untuk masing-masing variabel laten berada diatas korelasi, sehingga *discriminant validity*nya terpenuhi atau dengan kata lain hasil tersebut mengkonfirmasi bahwa tingkat skala pengukuran pada penelitian ini memuaskan dan valid.

4.2 Uji Kolinearitas

Indikasi kolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF, apabila nilai > 5 maka ada masalah kolinearitas, apabila nilai VIF < 5 maka tidak ada masalah kolinearitas.

Tabel 4. Uji Kolinearitas

Variabel	Indikator	VIF
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	PE1	4,996
	PE2	4,448
	PE3	2,515
	PE4	2,407
	PE5	3,295
	PE6	3,454
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	EE1	1,417
	EE2	1,417
<i>Social Influence (X3)</i>	SI1	2,020
	SI2	2,526
	SI3	1,886
<i>Behavioral Intention (Z)</i>	BI1	1,825
	BI2	1,907
	BI3	1,395
<i>Usage Behavior (Y)</i>	UB1	1,540
	UB2	1,878
	UB3	1,453

Berdasarkan tabel hasil uji kolinearitas diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari masing-masing indikator tiap variabel adalah < 5 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya kolinearitas.

4.3 Reliabilitas

Uji reliabilitas dilihat dengan menggunakan 3 cara, yaitu melihat nilai cronbach alpha, rho-a dan nilai composit reliability. Jika tiap nilai dari cronbach alpha, rho-a dan nilai composit reliability $> 0,7$ maka dikatakan reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho-A	Composite Reliability
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,933	0,936	0,947
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,704	0,716	0,870
<i>Social Influence (X3)</i>	0,845	0,854	0,906
<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0,780	0,787	0,871
<i>Behavioral Intention (Z)</i>	0,778	0,780	0,871
<i>Usage Behavior (Y)</i>	0,757	0,761	0,861

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa baik nilai Cronbach Alpha, Composite reliability maupun nilai rho-A setiap variable adalah $> 0,7$ artinya telah memenuhi syarat untuk dapat dikatakan reliabel.

4.4 Uji Structural Model/Inner Model

1) R-Square (R^2)

Hasil dari PLS R-square mendeskriptifkan jumlah variance dari konstruk yang telah dijelaskan oleh model. Dalam hal ini semakin tinggi nilai pada R^2 berarti semakin bagus dan baik model prediksi dan model penelitian yang telah diajukan. Berikut hasil uji R-square:

Tabel 6. Uji R-square (R2)

Variabel	R-Square
<i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,882
<i>Usage Behavior</i> (Y)	0,632

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa r-square model jalur I = 0,882, artinya kemampuan variable X1, X2, X3 dan X4 mampu menjelaskan variabel Z sebesar 88% (sangat kuat). Sedangkan untuk R-square model jalur II = 0,632, artinya kemampuan X1, X2, X3 dan X4 melalui variabel Z dalam menjelaskan variabel Y adalah sebesar 63% (Kuat).

2) Uji F-square (F2)

Pengujian ini dilakukan guna untuk memprediksi pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model dengan nilai ambang batas berkisar 0,02 untuk pengaruh yang kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan sekitar 0,35 untuk pengaruh yang besar.

Tabel 7. Uji F-Square

Variabel	<i>Behavioral Intention</i> (Z)	<i>Usage Behavior</i> (Y)
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	2,360	0,130
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	0,024	0,199
<i>Social Influence</i> (X3)	0,098	0,132
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	0,199	0,018
<i>Behavioral Intention</i> (Z)		0,161

Berdasarkan table di atas, maka disimpulkan sebagai berikut: $X1 \rightarrow Z = 2,360$ artinya dampak variabel *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* adalah besar. $X2 \rightarrow Z = 0,024$ artinya dampak variabel *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* adalah sedang. $X3 \rightarrow Z = 0,098$ artinya dampak variabel *social influence* terhadap *behavioral intention* adalah kecil. $X4 \rightarrow Z = 0,199$ artinya dampak variabel *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* adalah sedang. adapun $Z \rightarrow Y = 0,161$ artinya dampak *behavioral intention* terhadap *usage behavior* adalah sedang. Kemudian untuk pengaruh $X1 \rightarrow Y = 0,130$ artinya dampak variabel *performance expectancy* terhadap *usage behavior* adalah sedang. $X2 \rightarrow Y = 0,199$ artinya dampak variabel *effort expectancy* terhadap *usage behavior* adalah sedang. $X3 \rightarrow Y = 0,132$ artinya dampak variabel *social influence* terhadap *usage behavior* adalah sedang. $X4 \rightarrow Y = 0,018$ artinya dampak variabel *facilitating condition* terhadap *usage behavior* adalah kecil.

4.5 Uji Hipotesis

1) Direct Effect (Path Coefficient)

Analisis direct effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variable yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variable yang dipengaruhi (endogen).

Tabel 8. Uji Hipotesis Langsung

Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	Standar Deviasi	T-Statistic	P-Value
H1 <i>Performance Expectancy</i> (X1) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,718	0,714	0,041	3,111	0,000
H2 <i>Effort Expectancy</i> (X2) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,070	0,066	0,042	1,668	0,095
H3 <i>Social Influence</i> (X3) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,122	0,125	0,037	3,318	0,001
H4 <i>Facilitating Condition</i> (X4) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z)	0,188	0,191	0,058	3,252	0,001
H5 <i>Behavioral Intention</i> (Z) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,710	0,720	0,198	3,586	0,000
H6 <i>Performance Expectancy</i> (X1) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	-0,546	-0,555	0,175	3,111	0,002
H7 <i>Effort Expectancy</i> (X2) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,361	0,365	0,081	4,454	0,000
H8 <i>Social Influence</i> (X3) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,261	0,261	0,083	3,132	0,002
H9 <i>Facilitating Condition</i> (X4) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,109	0,108	0,103	1,057	0,291

Berdasarkan table di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) $X1 \rightarrow Z = 0,718$ (positif), P-Value $0,000 < 0,05$ (signifikan)
- b) $X2 \rightarrow Z = 0,070$ (positif), P-Value $0,095 > 0,05$ (tidak signifikan)
- c) $X3 \rightarrow Z = 0,122$ (positif), P-Value $0,001 < 0,05$ (signifikan)
- d) $X4 \rightarrow Z = 0,188$ (positif), P-Value $0,001 < 0,05$ (signifikan)
- e) $Z \rightarrow Y = 0,710$ (positif), P-Value $0,000 < 0,05$ (signifikan)
- f) $X1 \rightarrow Y = -0,546$ (negatif), P-Value $0,002 < 0,05$ (signifikan)
- g) $X2 \rightarrow Y = 0,361$ (positif), P-Value $0,000 < 0,05$ (signifikan)
- h) $X3 \rightarrow Y = 0,261$ (positif), P-Value $0,002 < 0,05$ (signifikan)
- i) $X4 \rightarrow Y = 0,109$ (positif), P-Value $0,291 > 0,05$ (tidak signifikan)

2) Indirect Effect

Analisis indirect effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variable yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variable yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variable intervening (variable mediator).

Tabel 9. Uji Hipotesis Tidak Langsung

	Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviasi	T-Statistic	P-Value
H10	<i>Performance Expectancy</i> (X1) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,510	0,514	0,146	3,499	0,000
H11	<i>Effort Expectancy</i> (X2) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,050	0,046	0,032	1,553	0,121
H12	<i>Social Influence</i> (X3) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,086	0,089	0,033	2,620	0,009
H13	<i>Facilitating Condition</i> (X4) $\rightarrow$ <i>Behavioral Intention</i> (Z) $\rightarrow$ <i>Usage Behavior</i> (Y)	0,134	0,140	0,062	2,151	0,032

Berdasarkan table di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Pengaruh tidak langsung $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,510 positif, dengan p-value $0,000 < 0,05$ (signifikan)
- b) Pengaruh tidak langsung $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,050 positif, dengan p-value $0,121 > 0,05$ (tidak signifikan)
- c) Pengaruh tidak langsung $X3 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,086 positif, dengan p-value $0,009 < 0,05$ (signifikan)
- d) Pengaruh tidak langsung $X4 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,134 positif, dengan p-value $0,032 < 0,05$ (signifikan)

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa *Behavior Intention* atau variable Z berperan dalam memediasi pengaruh variable *performance expectancy* (X1), *Social Influence* (X3) dan *facilitating condition* (X4) terhadap variable *usage adoption* (Y), dan tidak berperan dalam memediasi pengaruh variabel *Effort Expectancy* (X2) terhadap variabel *usage adoption* (Y).

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan SmartPLS versi4.0, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Hasil analisis menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavior intention* secara langsung dan terhadap *usage adoption* baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini disebabkan karena manfaat dan keuntungan yang dirasakan masyarakat ketika berzakat dengan menggunakan layanan *m-banking* syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* secara langsung dan terhadap *usage adoption* secara tidak langsung, namun berpengaruh positif terhadap *usage adoption* secara langsung. Hal ini sejalan dengan teori sebelumnya bahwa kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi memiliki dampak yang lebih kecil dibanding kegunaan teknologi pada penerimaan suatu teknologi. Hasil penelitian membuktikan bahwa kemudahan layanan bukanlah pendorong masyarakat untuk berzakat secara digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavior intention* dan terhadap *Usage Adoption* baik secara langsung maupun secara tidak langsung, artinya dukungan dari lingkungan sosial, norma budaya, rekomendasi dari tokoh yang dipercaya, dan lain sebagainya berkontribusi pada peningkatan adopsi dan penggunaan teknologi untuk berzakat secara digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan dari orang lain, melihat orang lain berhasil menggunakan *m-banking* sebagai layanan zakat dapat mempengaruhi niat individu untuk kemudian mencoba mengadopsi *m-banking* sebagai layanan berzakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi fasilitas mempengaruhi niat berperilaku masyarakat untuk berzakat secara

digital, namun tidak berpengaruh terhadap adopsi penggunaan teknologi, Ada beberapa alasan mengapa *facilitating condition* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap adopsi teknologi, salah satunya adalah adanya ketidakseimbangan infrastruktur dan sumber daya yang dibutuhkan saat mengakses *m-banking* di beberapa titik (daerah), adanya transaksi yang gagal, sistem *down* dan masalah lainnya sehingga hal ini tidak mempengaruhi perilaku individu untuk mengadopsi *m-banking* sebagai layanan berzakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa niat perilaku dalam penelitian ini adalah niat berzakat secara digital berpengaruh terhadap niat adopsi penggunaan *m-banking*. Hasil penelitian selaras dengan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa *behavior intention* menjadi faktor paling kuat yang mempengaruhi niat adopsi. Hasil uji R-square juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh XI, X2, X3 dan X4 terhadap niat perilaku sebesar 88%, dan terhadap niat adopsi sebesar 63%.

6. Referensi

- Anjaswati, N., & Berakon, I. (2022). UTAUT dan kepuasan berzakat melalui Fintech: Peran religiositas sebagai variabel moderasi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 199-222. DOI: <http://dx.doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13689>.
- Bank Indonesia. (2022). Diakses pada 8 Oktober 2023, dari <https://www.bi.go.id/id/>.
- Baznas, P., & Bank Indonesia, D. (2021). Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konseptual. Puskas BAZNAS.
- Ferdana, A. D., Ridlwan, A. A., Canggi, C., & Fikriyah, K. (2022). Z Generation's Intention to Use Zakat Digital Payment: The Mediating Effect of Trust. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(2), 171-189. DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v9i2.18466>.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidz, G. P., & Vina, S. U. (2023). Identifikasi model UTAUT 2 pada niat penggunaan layanan digital Allo Bank. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kontan. (2024). Diakses pada 24 April 2024, dari <https://amp.kontan.co.id/news/bca-syariah-permudah-pembayaran-zakat-lewat-layanan-digital>
- M. Indah, & H. Agustin. (2019). Penerapan model UTAUT untuk memahami niat dan perilaku aktual pengguna Gopay di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*.
- Ma'rifatin, Q. I., Mursityo, Y. T., & Saputra, M. C. (2019). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(2).
- Musta'anah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., & Etika, C. (2023). Studi literatur: Hubungan digitalisasi zakat terhadap intensi perilaku generasi millennial membayar zakat. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*.
- Nasional, B. A. Z. (2020). Outlook Zakat Indonesia 2020. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Noor, J. (2013). *Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah* (Edisi pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nuari, E. S., Nurkhin, A., & Kardoyo, K. (2019). Analisis Determinan Pemanfaatan Edmodo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 17(1), 57-73. DOI: <https://doi.org/10.21831/jpai.v17i1.26337>.
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding factors that influence consumer intention to use mobile money services: An application of UTAUT2 with perceived risk and trust. *Sage Open*, 11(3), 21582440211023188. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>.
- Priadana, M. S., & Muis, S. (2009). *Metodologi penelitian ekonomi & bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qardhawi, Y. A. (2007). Hukum Zakat, (terj. Salman Harun, dkk.). Bogor: Pustaka Litera Antarnusa.

- Romadoni, M. F., & Albanna, H. (2022). Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah Menggunakan Modifikasi UTAUT. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2 Desember), 17-32.
- Safrina, B. M. A. (2023). BMA kumpulkan zakat dan infak Rp72 juta lewat QRIS selama Januari-Juli 2023. *Diakses pada 10 Januari 2024, dari* <https://acehprov.go.id/berita/kategori/agama/bma-kumpulkanzakat-dan-infak-rp72-juta-lewat-qris-selama-januari-juli-2023>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Analisis validitas & asumsi klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Vanya, S. P., & Adi, B. M. (2021). Pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung terhadap minat pemanfaatan aplikasi e-clinic di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-12.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 43(1), 157-178.
- Veronica, & Rodhiah. (2021). Pengaruh privacy, social influence terhadap online purchase intention: Trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 237.
- Winata, S., & Tjokrosaputro, M. (2022, May). The roles of effort expectancy, attitude, and service quality in mobile payment users continuance intention. In *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)* (pp. 121-126). Atlantis Press. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.020>.
- Yudistira, M., & Abidin, D. Z. (2024). Analisis Penerimaan Layanan Mobile Banking dengan Integrasi Task Technology Fit (TTF) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 9(1), 93-104. DOI: <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2024.9.1.1689>.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in human behavior*, 26(4), 760-767. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.