

# Faktor-faktor yang Menentukan Preferensi Muzakki dan Donatur dalam Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS Digital di Kota Bandung dengan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)

Andi Fika Widuri, Dewi Rahmi, Westi Riani

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung

Jalan Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>fikandi7@gmail.com, <sup>2</sup>derahmi@gmail.com, <sup>3</sup>westiriani@gmail.com

**Abstract**— Entering the technological era, BAZNAS and LAZ made a digital device called ZIS Digital to simplify the ZIS fund payment method, which is only by using a cellphone or other gadget that has internet access. Digital ZIS was created to achieve the true potential of ZIS collection and currently, the collection of ZIS in 2019 in the city of Bandung has exceeded the true potential of ZIS which is Rp. 160 Billion. The purpose of this study is to identify the dominant factors and factors that determine the preferences of muzak and donors in choosing and using digital ZIS in Bandung. This type of research is quantitative descriptive with measurement preferences using the framework of the *Technology Acceptance Model* (TAM), then testing the validity and reliability. The research method used was a survey method by distributing questionnaires in the form of Google Form. The sampling technique uses a purposive sampling method of 100 muzak and donors who are digital ZIS users in the city of Bandung. Based on the results of questionnaire data processing, the conclusion is that the factors that can determine the preferences of muzak and donors in choosing digital ZIS are perceived ease of use and perceived usefulness. Meanwhile, the weighting results show that the two factors that have higher weighting are perceived usefulness factors with an average score of 458.3 supported by indicators of improving user performance, indicators addressing needs, and indicators simplifying the work process. That is, the dominant factor determining consumer preference for digital ZIS is perceived usefulness.

**Keywords**—*Preference, Technology Acceptance Model (TAM), Digital ZIS.*

**Abstrak**—Memasuki era teknologi, BAZNAS dan LAZ membuat sebuah perangkat digital bernama ZIS digital untuk mempermudah metode pembayaran dana ZIS, yakni hanya dengan menggunakan handphone atau gadget lainnya yang memiliki akses internet. ZIS digital dibuat untuk mencapai potensi sesungguhnya dari penghimpunan ZIS dan saat ini penghimpunan ZIS tahun 2019 di Kota Bandung telah melebihi potensi ZIS yang sesungguhnya yakni Rp160 Miliar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor dominan serta faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih dan menggunakan ZIS digital di Kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pengukuran preferensi menggunakan kerangka dari *Technology Acceptance Model* (TAM), selanjutnya melakukan pengujian uji validitas dan reliabilitas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan penyebaran kuisioner berupa

Google Form. Teknik penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 muzakki dan donatur yang merupakan pengguna ZIS digital di Kota Bandung. Berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner, maka diperoleh kesimpulan yaitu faktor-faktor yang dapat menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital ialah perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan teknologi) dan perceived usefulness (persepsi kegunaan teknologi). Sementara itu dilihat dari hasil pembobotan bahwa dari kedua faktor tersebut yang memiliki bobot lebih tinggi adalah faktor *perceived usefulness* dengan rata-rata skor 458,3 yang didukung oleh indikator peningkatan performa kinerja pengguna, indikator menjawab kebutuhan, dan indikator menyederhanakan proses kerja. Artinya, faktor dominan yang menentukan preferensi konsumen terhadap ZIS digital adalah perceived usefulness.

**Kata Kunci**—*Preferensi, Technology Acceptance Model (TAM), ZIS digital.*

## I. PENDAHULUAN

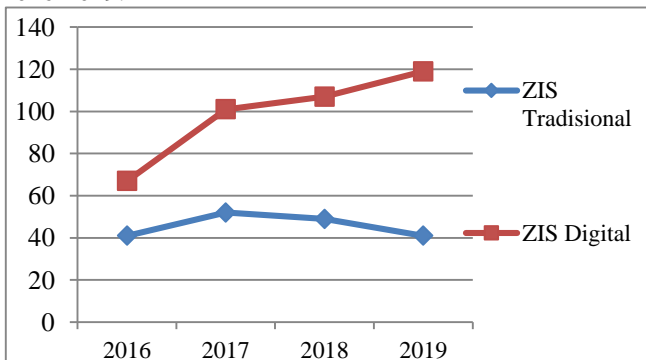
Di era digital sekarang, teknologi mengalami perkembangan yang cukup pesat, sehingga menuntut setiap orang untuk bergerak sigap dalam mengikuti cepatnya perkembangan teknologi. Kebutuhan teknologi mempengaruhi lembaga pengelola ZIS untuk membuat sebuah layanan pembayaran ZIS yang berbasis teknologi, yakni ZIS digital. Dengan adanya digitalisasi ini, muzakki dan donatur akan mendapatkan manfaat yang berupa kemudahan dan kemanfaatan karena transaksi ini dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan akses internet. Hal ini sangat mendukung keadaan masyarakat yang semakin modern, dimana masyarakat mempunyai tingkat kesibukan yang tinggi dalam pekerjaannya. Salah satu kota di Indonesia yang memanfaatkan perangkat digital sebagai akses kemudahan dalam pembayaran ZIS adalah Kota Bandung. Sejak dikenalkannya pembayaran ZIS melalui sebuah aplikasi digital yang bernama “Ayo Bayar Zakat”, Kota Bandung terus mengalami peningkatan dalam menghimpun dana ZIS-nya. Untuk mendukung pernyataan ini, berikut adalah tabel yang menunjukkan data perbandingan antara potensi penerimaan ZIS dengan realisasi penerimaan ZIS di Kota Bandung dalam 4 tahun terakhir tepatnya mulai tahun 2016-2019:

TABEL 1. PERBANDINGAN POTENSI DAN REALISASI PENGHIMPUNAN ZIS DI KOTA BANDUNG TAHUN 2015-2019 (RUPIAH)

Tahun	Potensi Penghimpunan ZIS	Realisasi Penghimpunan ZIS
2015	90.986.002.876	77.853.987.091
2016	100.000.921.000	109.665.984.874
2017	150.991.078.061	153.999.544.721
2018	154.720.497.000	157.985.009.661
2019	158.109.004.976	160.096.872.000

Sumber: pid.baznas.go.id

Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 realisasi penghimpunan ZIS tidak mampu mencapai potensi ZIS yang seharusnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 2015 pembayaran ZIS masih menggunakan cara tradisional dan juga ZIS digital masih belum ada (Hanifa, 2017). Hingga pada tahun 2016, muncul ZIS digital yang terbukti mampu memberikan kontribusi bagi realisasi penghimpunan ZIS di Kota Bandung, dimana jika dibandingkan dengan tahun sebelum adanya ZIS digital yakni tahun 2015, Kota Bandung mengalami peningkatan realisasi penghimpunan ZIS sebesar 40% di tahun 2016. Realisasi penghimpunan ZIS di Kota Bandung terus mengalami peningkatan hingga tahun 2019. Jumlah realisasi penghimpunan dana ZIS yang terkumpul pun melebihi jumlah potensi penghimpunan ZIS yang seharusnya. Untuk lebih mendukung pernyataan bahwa peningkatan realisasi penghimpunan ZIS di Kota Bandung dibantu oleh ZIS digital, berikut adalah gambar yang menunjukkan data perbandingan antara jumlah realisasi penghimpunan ZIS melalui ZIS digital dan pembayaran ZIS secara tradisional di Kota Bandung mulai tahun 2016-2019:



Gambar 1. Realisasi Penghimpunan ZIS melalui ZIS Digital dan ZIS Tradisional di Kota Bandung Tahun 2016-2019 (Milyar Rupiah)

Dari Gambar 1. dapat dilihat bahwa sejak tahun 2016 hingga 2019, pergerakan pembayaran zakat, infak, dan sedekah melalui ZIS digital selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jika dibandingkan, dana ZIS yang di-

kumpulkan oleh ZIS digital selalu melebihi jumlah dana ZIS yang dikumpulkan melalui pembayaran ZIS tradisional. Selain itu, jumlah donatur di Kota Bandung meningkat 2017-2019 sebesar 1% atau 219.000 orang (Fadillah, 2019). Peningkatan jumlah muzakki dan donatur di Kota Bandung terjadi karena adanya peningkatan religiusitas yang disebabkan oleh munculnya berbagai gerakan hijrah di Kota Bandung (Fadillah, 2019). Gerakan hijrah di Kota Bandung ini menjadi penyebab bertambahnya muzakki dan donatur, tetapi tidak sebagai faktor penyebab muzakki dan donatur memilih untuk membayar zakat, infak, dan sedekah melalui ZIS digital (Fadillah, 2019). Preferensi muzakki dan donatur dalam memilih untuk menggunakan ZIS digital tergantung pada persepsi masing-masing dan faktor-faktor lainnya, selain itu ZIS digital juga merupakan suatu teknologi baru yang memiliki faktor penghambat dalam proses pengenalan-nya (Andryanto, 2016).

Terdapat tiga faktor yang menghambat penggunaan ZIS digital, faktor pertama adalah telah melekatnya pembayaran melalui ZIS tradisional dalam diri masyarakat. Faktor yang kedua adalah kurangnya pengetahuan masyarakat akan ZIS digital. Faktor yang ketiga adalah tidak semua masyarakat memiliki fasilitas untuk mengakses ZIS digital. Penggunaan tentang bagaimana muzakki dan donatur dapat memilih untuk menggunakan ZIS digital, dapat dijelaskan oleh kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Dengan penggunaan kerangka TAM, akan terlihat faktor-faktor yang membuat masyarakat mau menggunakan suatu teknologi. Menurut Davis (1989), kerangka TAM merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan individu dalam menggunakan suatu teknologi baru.

Penambahan model TAM untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang menentukan preferensi didukung oleh pernyataan yang disebutkan oleh Arumi (2019) dimana TAM dapat digunakan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi yang baru, dimana semakin sesuai konsistensi kemudahan dan kemanfaatan teknologi dengan kebutuhan konsumen, maka akan mempengaruhi tingginya preferensi konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut. Berbagai kajian mengenai model TAM telah digunakan untuk menggambarkan berbagai faktor yang menentukan preferensi, selera, atau minat individu dalam menggunakan suatu teknologi baru, misalnya e-banking, gojek, juga ZIS digital. Kemunculan model TAM juga dilatarbelakangi oleh adanya faktor-faktor yang menghambat masyarakat dalam menggunakan suatu teknologi, khususnya teknologi yang baru (Yitno, 2016). Sesuai dengan latar belakang lahirnya model TAM, maka penulis menambahkan model TAM dengan tujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam membayar zakat, infak, dan sedekah melalui ZIS digital, mengingat ZIS digital merupakan teknologi yang tergolong baru dan penggunaannya masih belum luas karena adanya faktor-faktor penghambat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Faktor-faktor apa saja dan faktor apakah yang dominan dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS digital di Kota Bandung dengan kerangka *Technology Acceptance Model*?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS digital di Kota Bandung dengan kerangka *Technology Acceptance Model*.
2. Menganalisis dan mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS digital di Kota Bandung dengan kerangka *Technology Acceptance Model*.

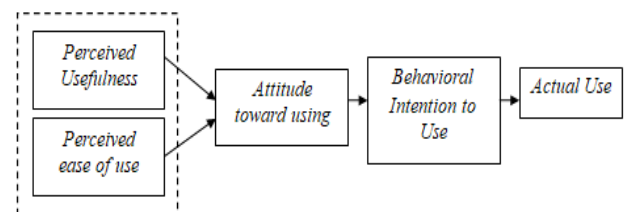
## II. LANDASAN TEORI

Menurut Kotler dan Keller (2016), preferensi dikatakan sebagai gambaran-gambaran dari nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Selain itu, preferensi juga mampu membentuk sebuah perilaku yang lebih mengarah pada sikap atau respon atas sebuah produk. Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan atribut. Pendekatan atribut menjelaskan perilaku konsumen dalam memilih suatu barang tidak hanya karena daya gunanya yang diberikan barang tersebut. Namun, juga karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut (Kotler, 2016). Faktor-faktor yang menentukan preferensi ialah; Faktor kebudayaan, merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang; Faktor sosial, merupakan faktor yang berkaitan dengan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan antara mereka; Faktor pribadi, Beberapa faktor pribadi yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen adalah (1) umur dan tahapan siklus hidup, (2) pekerjaan, (3) gaya hidup, (4) kepribadian dan konsep diri; Faktor-faktor psikologis terdiri atas (1) motivasi (2) persepsi, dan (3) proses belajar yang menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh masyarakat. Teori ini pertama kali di kenalkan oleh Davis (1989) yang dikembangkan dari suatu *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein (1980). TAM ini merupakan salah satu teori yang paling sering digunakan dalam mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman masyarakat dalam menggunakan suatu layanan digital yang baru saja diluncurkan (Yitno, 2016).

Pada model TAM, tingkat penerimaan penggunaan teknologi informasi dibentuk oleh lima variabel yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*).

Berdasarkan kelima variabel tersebut terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menerima suatu sistem teknologi yang baru. Faktor yang pertama adalah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Dari kedua variabel tersebut dapat menjelaskan aspek berperilaku pengguna. Sehingga dengan melihat kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi informasi dapat dijadikan alasan seseorang dalam berperilaku atau bertindak sebagai tolak ukur dalam menerima suatu teknologi informasi. Semakin mudah penggunaan teknologi informasi menandakan bahwa lebih sedikit usaha yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja penggunaan teknologi informasi (Hanif, 2017). Berikut merupakan model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):



Gambar 2. Model TAM (Technology Acceptance Model)

Pada Gambar 2. menggambarkan hubungan antar variabel dalam model TAM. Variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* saling berkaitan sesuai dengan atribut yang dimiliki oleh suatu sistem yang dapat meningkatkan minat pengguna TI. Pada dasarnya variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sama-sama memiliki pengaruh terhadap tiga variabel lainnya yaitu, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use* yang menggambarkan suatu preferensi konsumen dalam menggunakan suatu teknologi informasi (Hanif, 2017).

Beberapa hal yang dapat mendukung bahwa TAM dan preferensi memiliki hubungan adalah kedua teori ini dibentuk dan dipengaruhi oleh teori psikologis (Mareta, 2016). Dimana TAM merupakan suatu model yang dikembangkan dari teori psikologi, yakni kepercayaan, perilaku pengguna, proses penerimaan suatu sistem, dan persepsi. Hal ini berhubungan dengan teori preferensi yang juga yang dibentuk dari faktor psikologi setiap individu seperti motivasi, perilaku konsumen, tujuan penggunaan, proses belajar, persepsi, kepercayaan dan sikap (Yitno, 2016). Faktor-faktor yang menentukan preferensi individu dalam menggunakan suatu teknologi dapat digambarkan dengan teori *Technology Acceptance Model*, dimana dua variabel utama dari TAM yakni *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat menggambarkan persepsi konsumen terhadap atribut yang melekat pada teknologi tersebut. Dimana, dari atribut yang ada pada teknologi tersebut akan timbul suatu kecenderungan konsumen untuk memilih dan

menggunakan teknologi tersebut. Kecenderungan konsumen untuk memilih suatu barang dan jasa juga diartikan sebagai preferensi konsumen (Khoirina, 2016).

Di dalam penelitian ini penulis hanya akan menggunakan dua variabel dari Model TAM, yakni variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Pengambilan dua variabel ini dilator belakang oleh judul dari penelitian ini, dimana di dalam penelitian ini penulis hanya akan meneliti mengenai faktor-faktor yang menentukan preferensi. Faktor-faktor yang dapat menentukan preferensi (perilaku keberterimaan konsumen terhadap suatu teknologi) dapat digambarkan oleh variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* (Dwitama, 2016). Posisi kedua variabel ini juga sebagai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi ketiga variabel dependen lainnya yakni variabel *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use*. Ketiga variabel ini menggambarkan tahapan perilaku konsumen mengenai kecenderungannya atau selera atau minat terhadap suatu teknologi. Kecenderungan konsumen terhadap suatu produk disebut sebagai preferensi (Arumi, 2019).

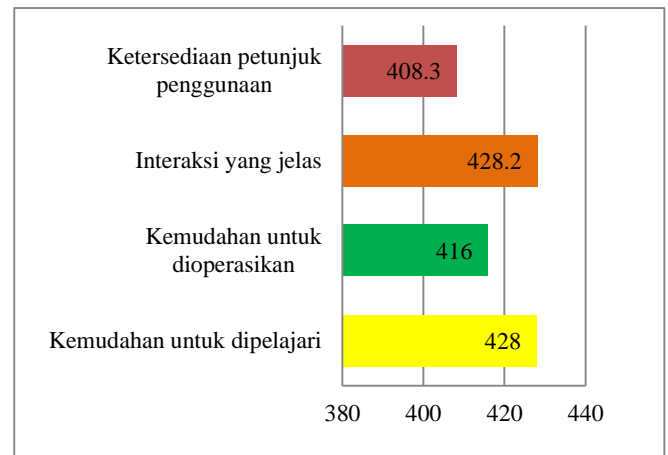
### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Faktor-faktor yang Menentukan Preferensi Muzakki dan Donatur dalam Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS digital dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)

Di dalam penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan untuk menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital berasal dari kerangka *technology acceptance model* (TAM) yakni *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat menggambarkan persepsi konsumen terhadap atribut yang melekat pada ZIS digital. Dimana, dari atribut yang ada pada teknologi tersebut akan timbul suatu kecenderungan konsumen untuk memilih dan menggunakan teknologi tersebut. Kecenderungan konsumen untuk memilih suatu barang dan jasa juga diartikan sebagai preferensi konsumen (Khoirina, 2016). Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap faktor *perceived ease of use* dan faktor *perceived usefulness*:

##### a) Faktor *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan Teknologi)

Faktor *perceived ease of use* terbentuk dari adanya kepercayaan atas atribut atau fitur-fitur di dalam suatu teknologi yang sederhana, atau tidak rumit yang dapat membuat pengguna percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan di-yakini dapat membantu pekerjaan (Davis, 1989). Berikut adalah gambar yang menunjukkan tanggapan 100 muzakki dan donatur yang ada di Kota Bandung mengenai faktor *perceived ease of use*:



**Gambar 3.** Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Ease of Use*

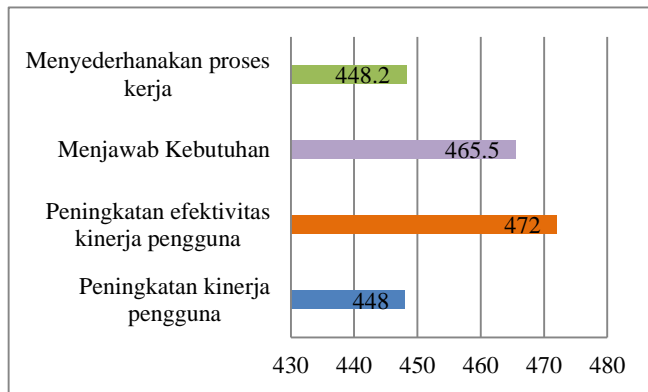
Gambar 3. menunjukkan hasil tanggapan *perceived ease of use* yang menggambarkan kemudahan penggunaan dari atribut atau fitur-fitur yang ada di dalam ZIS digital. Tanggapan ini memiliki hasil skor yang tinggi. Artinya bahwa kemudahan penggunaan fitur pada ZIS digital menjadi faktor pilihan muzakki dan donatur dalam menggunakan ZIS digital. Dilihat pada realitanya, masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan aplikasi digital dengan pembayaran digital karena dinilai lebih praktis dan efisien dalam penggunaannya. Adanya ZIS digital membuat masyarakat tidak perlu lagi repot mendatangi lembaga pengelola ZIS ataupun mesjid untuk membayar dana ZIS.

Apabila ditinjau dari hasil penyebaran kuisioner, kemudahan penggunaan fitur di dalam ZIS digital menjadi faktor dalam pemilihan menggunakan pembayaran ZIS secara digital. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu faktor yang wajib diperhatikan oleh lembaga yang telah menggunakan perangkat digital. Berdasarkan konsep penawaran dalam perspektif Islam disebutkan bahwa “barang-barang yang ditawarkan dapat dipengaruhi oleh canggihnya kemudahan dan kemanfaatan dari barang tersebut”, atau dapat dikatakan bahwa jika penggunaan ZIS digital semakin mudah maka jumlah penawaran untuk ZIS digital pun akan meningkat. Dapat diartikan jika penggunaan ZIS digital tidak mudah dipelajari, atau dalam artian sederhana adalah sulit, maka akan ada kemungkinan muzakki dan donatur akan memilih untuk tidak menggunakan ZIS digital dan akan kembali pada metode pembayaran ZIS tradisional. Jika ZIS digital memiliki keadaan seperti ini, maka dapat dikatakan bahwa penciptaan perangkat digital untuk ZIS telah gagal, karena pada dasarnya adanya ZIS digital ini ialah untuk mempermudah suatu proses pembayaran ZIS, bukan untuk merumitkan.

Gambar 3. Menunjukkan hasil tanggapan *perceived ease of use* yang menggambarkan kemudahan penggunaan dari atribut atau fitur-fitur yang ada di dalam ZIS digital. Tanggapan ini memiliki hasil skor yang tinggi. Artinya bahwa kemudahan penggunaan fitur pada ZIS digital

##### b) Faktor *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan Teknologi)

Faktor *perceived usefulness* juga merupakan salah satu faktor yang membangun kerangka *technology acceptance model* (TAM). Faktor ini diartikan sebagai suatu keadaan dimana muzakki dan donatur mendapatkan dampak yang baik atau manfaat atas penggunaan ZIS digital, misalnya menambah keinginan untuk membayar ZIS dan mempermudah proses pembayaran dana ZIS. *Perceived usefulness* terdiri atas 4 indikator yang membagi dimensi “manfaat” bagi muzakki dan donatur yaitu peningkatan kinerja pengguna, peningkatan efektivitas kinerja pengguna, menjawab kebutuhan, dan menyederhanakan proses kerja. Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai faktor *perceived usefulness* pada Gambar 4:



Gambar 4. Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Usefulness*

Gambar 4. menunjukkan hasil tanggapan *perceived usefulness* yang menggambarkan fitur-fitur yang memberikan manfaat bagi pengguna ZIS digital. Faktor ini memiliki hasil skor yang tinggi. Artinya bahwa fitur yang ada pada ZIS digital dapat memberikan manfaat dan dijadikan faktor pilihan oleh muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital. Jika ditinjau dari hasil penyebaran kuisioner, responden rata-rata menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa telah banyak responden yang merasakan manfaat atau dampak yang baik dari penggunaan fitur-fitur yang ada pada ZIS digital. Dilihat pada realitanya, masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan aplikasi digital yang secara jelas telah memiliki mamfaat. Sama halnya dengan ZIS digital yang juga memiliki manfaat, bahkan dapat dikatakan ZIS digital memiliki manfaat di dunia dan di akhirat.

Apabila dilihat dari Gambar 4. dapat dilihat bahwa seluruh fitur yang ada pada ZIS digital telah memberikan banyak manfaat, baik dari sisi biaya maupun waktu. Salah satu contoh manfaat dari sisi waktu ialah muzakki dan donatur tidak perlu datang ke LAZ dan BAZNAS untuk membayar dana ZIS. Keadaan tersebut telah memangkas metode pembayaran ZIS tradisional yang proses kerjanya terlalu lamban dan memberikan hasil yang kurang maksimal, dimana penghimpunan dana ZIS tidak mencapai potensinya saat itu. Proses kinerja yang lamban tidak akan dirasakan lagi oleh muzakki dan donatur, karena dengan adanya ZIS digital proses pembayaran hanya memanfaatkan kekuatan signal internet yang baik, sedangkan untuk ZIS

tradisional masih memanfaatkan tenaga SDM yang memiliki banyak kekurangan, seperti misalnya keterbatasan jumlah pekerja, dan kurangnya kualitas SDM.

Manfaat lain yang bisa didapatkan dari sisi biaya ialah, ZIS digital telah menyediakan fitur “free donation” khusus sedekah, dimana nominal pemberian berkisar dari Rp1.000, adanya fitur ini dapat membuat banyak pengguna meningkatkan intensitas pembayarannya karena tidak adanya penentuan harga. Digitalisasi hampir sama seperti suatu kebijakan, dimana jika hasil dari penciptaan kebijakan tersebut tidak baik atau tidak memberikan hasil, maka lebih baik kebijakan tersebut dihilangkan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu faktor yang wajib diperhatikan oleh lembaga yang telah menggunakan perangkat digital. Dapat diartikan jika penggunaan ZIS digital tidak memberikan manfaat, maka dapat dikatakan dengan pasti penggunaan ZIS digital akan semakin menurun atau bahkan muzakki dan donatur dapat berhenti menggunakannya. Setiap pengguna dari ZIS digital dapat dikatakan sebagai konsumen. Berdasarkan pembahasan ini, teori ekonomi mikro menyebutkan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi. Jika konsumsi tersebut tidak memberikan kepuasan apapun, maka konsumen akan mengganti produknya dengan produk substitusi.

#### B. Faktor yang dominan dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui ZIS digital di Kota Bandung dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)

Preferensi seorang konsumen merupakan gambaran dari sebuah nilai terbaik yang dipertimbangkan dan pada akhirnya dipilih oleh seorang konsumen dalam menggunakan suatu produk. Dalam penelitian ini terdapat dua faktor dari *technology acceptance model* yang dapat menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital di Kota Bandung. Dua faktor dari kerangka *technology acceptance model* ini terbagi menjadi 8 indikator yakni indikator kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk digunakan, interaksi yang jelas, ketersediaan petunjuk penggunaan, peningkatan performa kinerja pengguna, peningkatan efektivitas kinerja pengguna, menjawab kebutuhan, dan indikator menyederhanakan proses kerja. Indikator-indikator dari TAM terdiri atas beberapa item pernyataan yang mendukung maksud atau sebagai aspek dari indikator tersebut. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil skor total dan skor rata-rata dari faktor-faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital untuk mengetahui faktor manakah yang dominan:

**TABEL 2.** FAKTOR PENENTU PREFERENSI MUZAKKI DAN DONATUR DALAM MEMILIH ZIS DIGITAL DI KOTA BANDUNG

Faktor	Indikator	Rata-Rata Total Skor	Y (500)	KETERANGAN
Perceived Ease of Use	Kemudahan untuk dipelajari	428	85,6%	SS
	Kemudahan untuk dioperasikan	416	83,2%	SS
	Interaksi yang jelas	428,2	85,6%	SS
	Ketersediaan petunjuk penggunaan	408,3	81,6%	SS
<b>Total</b>		<b>419</b>	<b>83,9%</b>	<b>SS</b>
Perceived Usefulness	Peningkatan kinerja pengguna	448	89,6%	SS
	Peningkatan efektivitas kinerja pengguna	472	94,4%	SS
	Menjawab Kebutuhan	465,5	93%	SS
	Menyederhanakan proses kerja	448,2	89,6%	SS
<b>Total</b>		<b>458,3</b>	<b>91,6%</b>	<b>SS</b>

Sumber: Hasil survey dan Pengolahan Data, 2020

Dari Tabel 2. dapat dilihat bahwa dari kedua faktor mendapatkan skala interpretasi sangat setuju. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua faktor ini dapat menjadi faktor-faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital untuk membayar zakat, infak, dan sedekah di Kota Bandung. Namun, untuk faktor yang dominan dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital ialah faktor *perceived usefulness* yang memiliki total skor yang lebih besar jika dibandingkan dengan faktor *perceived ease of use*. Di dalam faktor *perceived ease of use* terdapat beberapa indikator yang menjadi faktor pendukung dominannya dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur memilih ZIS digital, salah satu indikator yang dominan dalam menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital yaitu indikator peningkatan efektivitas kinerja pengguna. Indikator ini menjadi faktor pertama yang dominan dan dipilih oleh muzakki dan donatur karena ZIS digital mampu meningkatkan efektivitas proses pembayaran zakat, infak, dan sedekah. Salah satu item pernyataan yang mendukung indikator ini adalah ZIS digital dipilih karena dapat diakses dengan mudah dan cepat hanya melalui handphone maupun gadget lainnya yang memiliki akses internet. Adanya teknologi dan penyebaran handphone memberikan dampak yang sangat luas bagi masyarakat, termasuk perubahan gaya hidup. Handphone dan internet mampu menyediakan kecepatan informasi dan komunikasi bagi siapapun, sehingga segala sesuatu termasuk membayar dana zakat, infak, dan sedekah dapat dilakukan dengan lebih cepat atau lebih efisien.

Faktor kedua yang dominan berasal dari indikator menjawab kebutuhan karena indikator ini menjelaskan bagaimana ZIS digital dapat menjawab kebutuhan muzakki dan donatur yang selama ini tidak terwujud karena tidak adanya ZIS digital. Salah satu item pernyataan yang men-

dukung indikator ini adalah adanya informasi kebenaran atau verifikasi data dari ZIS digital mengenai penggalangan dana yang dilakukan suatu individu atau kelompok, hal ini wajib dilakukan oleh ZIS digital mengingat pernah terjadi kasus penipuan penggalangan dana dengan menjual cerita palsu demi kepentingan pribadi. Memverifikasi setiap penggalangan dana yang ada merupakan hal yang sangat wajib dilakukan oleh ZIS digital agar muzakki dan donatur tidak sia-sia mengeluarkan uang mereka. Jika penipuan terus terjadi dan ZIS digital tidak dapat mengatasinya maka ada kemungkinan muzakki dan donatur tidak akan menggunakan ZIS digital lagi karena hilangnya kepercayaan terhadap produk digital ini.

Faktor ketiga yang dominan adalah indikator menyederhanakan proses kerja. Indikator ini didukung oleh item pernyataan yang menyebutkan bahwa ZIS digital dipilih karena terdapat banyak kategori program pemberian yang tersedia. Beberapa kategori program pemberian yang tersedia di ZIS digital yaitu bencana alam, balita dan anak sakit, bantuan medis, beasiswa, rumah ibadah, kegiatan sosial, panti asuhan, difabel, menolong hewan, lingkungan, dan lain-lain. Banyaknya pilihan program membuat muzakki dan donatur tidak merasa bosan dalam menggunakan ZIS digital, dan bisa memberikan harta mereka secara meluas kepada siapapun yang membutuhkan pertolongan. Fitur yang inovatif ini pun tak hanya menyediakan penggalangan dana bagi manusia saja, bahkan hewan pun sebagai makhluk ciptaan Allah mendapatkan bagiannya juga.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dua faktor yang berasal dari kerangka *Technology Acceptance Model* digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan faktor-faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital. Faktor yang pertama yaitu *perceived ease of use* terdiri atas 4 indikator, yakni indikator kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dioperasikan/dikontrol, interaksi yang jelas, dan ketersediaan petunjuk penggunaan. Faktor yang kedua yaitu faktor *perceived usefulness* yang terdiri atas 4 indikator, yakni peningkatan kinerja pengguna, peningkatan efektivitas kinerja pengguna, menjawab kebutuhan, dan menyederhanakan proses kerja. Dari hasil penelitian, kedua faktor mendapatkan skala interpretasi sangat setuju, jadi dapat disimpulkan bahwa kedua faktor ini dapat menentukan preferensi muzakki dan donatur di Kota Bandung dalam memilih ZIS digital untuk membayar zakat, infak, dan sedekah.
2. Dari dua faktor yang ada, faktor yang dominan adalah faktor *perceived usefulness*. Faktor ini memperoleh rata-rata skor sebesar 458,3 dimana nilai lebih ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan faktor *perceived ease of use*. Aspek yang mempengaruhi preferensi muzakki dan donatur dalam

faktor *perceived usefulness* adalah ZIS digital dipilih karena dapat diakses dengan mudah dan cepat hanya melalui handphone maupun gadget lainnya yang memiliki akses internet. Handphone dan internet dipilih oleh ZIS digital karena mampu menyediakan kecepatan informasi dan komunikasi pembayaran dana zakat, infak, dan sedekah dapat dilakukan dengan lebih cepat atau lebih efisien.

## V. SARAN

### 1. Bagi Lembaga Pengelola Zakat, Infak, dan Sedekah (BAZNAS dan LAZ)

Lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah diharapkan dapat terus meningkatkan fitur-fitur yang ada di dalam ZIS digital. Beberapa responden mengeluhkan tentang fitur syarat dan ketentuan. Pihak lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah dapat membuat versi terbaru dari sebuah fitur syarat dan ketentuan, misalnya dengan mempersingkat kalimat-kalimat yang terlalu panjang tersebut dengan hanya mengambil topiknya saja. Fitur ini pun dapat dirubah dengan membuatnya berada pada option “pengaturan” dimana fitur ini hanya akan terbuka jika pengguna ingin membacanya. Perubahan posisi dapat membuat pengguna lebih nyaman, karena fitur ini tidak lagi muncul di saat yang tidak diinginkan, misalnya saat akan masuk ke dalam ZIS digital.

### 2. Bagi Pemerintah

Penyebutan Pemerintah ditujukan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Kementrian Agama Republik Indonesia. Bagi Pemerintah diharapkan dapat memperkuat regulasi atau peraturan perundangundangan terkait zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, diharapkan Pemerintah dapat lebih memperkenalkan ZIS digital ke masyarakat yakni dengan menyediakan wadah atau sarana bagi ZIS digital agar dapat lebih dikenal dan digunakan, mengingat Pemerintah memiliki pengaruh yang kuat dalam mengendalikan media. Wadah yang dimaksud ialah meningkatkan intensitas promosi ZIS digital kepada seluruh masyarakat, caranya dengan membuat iklan layanan masyarakat seperti spanduk, penayangan iklan di seluruh media seperti televisi, media sosial, radio, dan juga media cetak. Selain itu, pemerintah juga dapat bekerja sama dengan Bank Syariah untuk membuat fitur ZIS digital di setiap layanan digital yang ada di Bank tersebut. Selain itu, Pemerintah juga harus dapat memberikan dukungan penuh untuk ZIS digital, salah satunya dengan membuat suatu kebijakan kewajiban membayar ZIS di kalangan pegawai dengan penggunaan ZIS digital, misalnya sistem *auto-debet* (pemotongan otomatis dari gaji setiap bulannya sebanyak 2,5%).

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang menentukan preferensi muzakki dan donatur dalam memilih ZIS digital, khususnya dengan

menggunakan variabel-variabel dari kerangka *technology acceptance model* (TAM). Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau menggunakan metode analisis lain dan beberapa faktor lain beserta indikatornya, sehingga bisa melakukan penelitian yang lebih baik, mengingat penulis masih memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andryanto, Reza. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [2] Arumi, Awalia. 2019. Antecedent Penggunaan Layanan Electronic Banking di Kalangan Mahasiswa (Sebuah Kajian Technology Acceptance Model), Jurnal Pendidikan Ekonomi. Volume 8 (2).
- [3] BAZNAS. 2018. Outlook Zakat Indonesia 2019. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- [4] BAZNAS. 2019. Outlook Zakat Indonesia 2020. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- [5] Davis, F.D. 1989. Technology Acceptance Model (Theory of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly. Volume 13 (2): page 319-339.
- [6] Dwitama, Faramita. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Bank Mandiri, Jurnal Manajemen Perbankan. Volume 12 (3), Hal: 15-44.
- [7] Fadillah, Muabbad. 2019. Preferensi dan Faktor-Faktor Penentu Muzakki Dalam Menyalurkan Dana Zakat di Kota Bandung. Skripsi. Bandung: Program Studi Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Bandung.
- [8] Hanif, Firladi. 2017. Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Go-Jek Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi.
- [9] Malang: Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya.
- [10] Hanifa, Aulia. 2017. Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi di Bank Rakyat Indonesia Cabang Surakarta. Skripsi. Surakarta: Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- [11] Khoirina, Amaratun. 2016. Analisis Penggunaan Digilib UNNES Berdasarkan Pendekatan Technology Acceptance Model pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang. Skripsi. Semarang: Prodi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- [12] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi 15 Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- [13] Mareta, Saras. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-learning Moodle Oleh Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Teknik Informatika. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [14] Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi BAZNAS. 2019. LAZ Kabupaten/Kota. Diakses pada 18 Oktober 2019. <https://pid.baznas.go.id/laz-kab-kota/>
- [15] Yitno, Utomo. 2016. Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) untuk Mengukur Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Digitalisasi Yellow
- [16] Pages, Jurnal Sains dan Teknologi. Volume 12 (9), Hal: 194-220.
- [17] Zahroh, Fathimatuz. 2019. Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech Dalam E-zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana

Zakat Oleh Lazismu dan Nurut Hayat. Tesis. Surabaya: Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.