

## Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay

Aiful Ichwan<sup>1</sup>, Ruslan Abdul Ghofur<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Pascasarjana UIN Raden Intan Bandar Lampung

<sup>2</sup> Dosen Pascasarjana UIN Raden Intan Bandar Lampung

\*Email korepondensi: [afifulichwan24@gmail.com](mailto:afifulichwan24@gmail.com)

### Abstract

Indonesia is one of the countries with the most Muslim population. but in Indonesia zakat so far the realization of its acceptance is far from the existing potential. Baznas as a government institution authorized to carry out the processing and distribution of Zakat funds continues to increase Zakat receipts by working together to bring innovative Zakat facilities through fintech Gopay, the results of this innovation with fintech Gopay have managed to help collect donations of 63 billion. By using the Technology Acceptance model. the authors analyze and understand the factors in influencing the acceptance of a use through technology. The formulation of the problem how the influence of the Technology Acceptance Model on the decision to pay Zakat through Fintech Gopay? The results of the study concluded that the Technology Acceptance Model (perceived usefulness and perceived ease of use) partially and simultaneously influences the decision to pay Zakat through Fintech Gopay

**Keywords:** *Technology Acceptance Model, Zakat, Gopay fintech, Decision.*

**Saran sitasi:** Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 129-135. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>

### 1. PENDAHULUAN

Di negara Indonesia terdapat sebuah lembaga pemerintah yang berwenang dalam melaksanakan pengolahan penghimpunan dan pendistribusian dana zakat secara nasional yaitu Badan Amil Zakat Nasional/BAZNAS. BAZNAS memiliki tujuan menghimpun dana dari masyarakat yang berupa Zakat Infak, dan Sedekah yang mana akan disalurkan kembali pada masyarakat yang kurang mampu. Kehadiran Badan Amil Zakat Nasional bertujuan untuk Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat untuk pengentasa kemiskinan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemoderasian kesenjangan sosial. pengelolaan Lembaga Amil Zakat diatur dalam Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan zakat yang menggantikan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999.

Dengan diberlakukannya Undang-undang pengelolaan Zakat, BAZNAS dituntut untuk lebih optimal dalam melakukan tugas dan fungsinya.

Dimana sejauh ini relisasi penerimaan zakat belum maksimal, setiap tahunnya potensi dana zakat di Indoensia sangat besar namun sangat disayangkan realisasi dana zakat jauh dari potensi yang ada. Hal itu dapat terlihat pada tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1**

#### Potensi dan Realisasi Dana Zakat di Indonesia

Tahun	Potensi	Realisasi
2015	286 Triliun	4,2 Triliun
2016	442 Triliun	4,4 Triliun
2017	462 Triliun	6,2 Triliun
2018	480 Triliun	6,3 Triliun
2019	485 Triliun	8,2 Triliun

*Sumber:* Badan Amil Zakat Nasional, Indonesia Zakat Outlook.

Dalam upaya terus meningkatkan penerimaan Zakat, pada bulan Ramadan tahun 2018 Managing Director Gopay 'Budi Ganda soebrata' mengatakan Gopay bersama Badan Amil Zakat Nasional bekerja sama menghadirkan inovasi kemudahan ber-Zakat

secara digital di ibu kota DKI Jakarta lewat GoZakat, inovasi ini membuka peluang bagi umat muslim untuk mulai bersedekah dan membayar Zakat infaq dan shodaqoh melalui financial technology. Inovasi Zakat melalui *Fintech* Gopay sejak di luncurkan ada tahun 2018 Sampai dengan Oktober 2019 penerimaan dana Zakat, infaq dan shadaqoh khususnya pada BAZNAS DKI Jakarta mengalami kenaikan donasi, Indonesia Zakat Outlook melaporkan bahwa Zakat melalui Gopay penghimpunan dana Zakat ibu kota DKI Jakarta telah berhasil membantu mengumpulkan donasi senilai Rp 63 miliar. Ini menunjukkan bahwa diterimanya suatu penggunaan pelayanan melalui digital teknologi.

Menurut Viswanath Venkatesh (1996) menyebutkan bahwa Model variabel yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor dalam mempengaruhi diterimanya suatu penggunaan melalui teknologi yaitu *Technology Acceptance Model*. Sejumlah penelitian empiris telah menemukan bahwa *Technology Acceptance Model* secara konsisten menjelaskan sebagian besar 109 varians, sekitar 40% dalam perilaku penggunaan. Fred D. Davis (1989) mengasumsikan bahwa *Technology Acceptance Model* berasal dari teori perilaku konsumen yang beralasan penerimaan teknologi itu oleh individu dipengaruhi oleh dua variabel yaitu dipersepsikan manfaat (*usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*). Davis menyarankan agar seorang menerima teknologi dipengaruhi oleh dua konstruksi, yaitu kemudahan Dalam penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan.

Persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi kegunaan dan efektivitas. Persepsi manfaat telah ditemukan sebagai penentu perilaku yang kuat (Fred D. Davis, 1989). penelitian yang di lakukan oleh Gao & Bai menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan memainkan peran penting dalam penerimaan pengolah kata pengguna, dalam penggunaan spreadsheet, internet layanan dan sebagainya (Lingling Gao & Xuesong Bai, 2014).

Variabel lain yang dikemukakan Davis mempengaruhi kecenderungan individu menggunakan teknologi informasi adalah persepsi terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi

informasi. persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem pada teknologi informasi yang digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan, dimana seorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, meliputi mudah dipelajari, mudah mengerjakan, mudah meningkatkan keterampilan dan mudah dioperasikan (Fred D. Davis, 1989).

Bruner & Kumar menunjukkan inkonsistensi temuan tentang efek persepsi kemudahan terhadap penggunaan atau perilaku konsumen (Gordon C. Bruner & Anand Kumar, 2005). pengaruh langsungnya berasal dari kenyataan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi sikap terhadap keputusan penggunaan terlepas dari kegunaan produk (Tery L, 2001). Sebaliknya, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menemukan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi informasi juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi tetapi tidak berlaku sebaliknya. Namun, Viswanath Venkatesh (1996) juga telah menghilangkan elemen sikap sehingga keyakinan tentang kemudahan penggunaan dan kegunaan langsung membentuk keputusan penggunaan.

Dalam upaya meningkatkan penerimaan zakat, banyak penelitian yang membahas program BAZNAS yang telah dilakukan para ahli. Perlu kita ketahui bahwa dalam ayat Al-Quran Allah SWT menjelaskan tentang tuntunan beribadah yang baik yaitu dengan membentuk prinsip kemudahan. Dalam surat QS An-Nisa Ayat 28 dan Q.S Al-Baqarah: 185 Allah SWT menghendaki ajaran yang disyariatkannya kepada ummat manusia yaitu suatu kemudahan dan tidak ada kesulitan yang dirasakan, karena sesungguhnya umat manusia diciptakan dalam keadaan bersifat lemah.

Maka berdasarkan pernyataan di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul dan pembahasan mengenai **Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui *Fintech* Gopay (Studi Pada Muzakki Baznas DKI Jakarta)**

## 2. HIPOTESIS

Pemakaian *Technology Acceptance Model* dalam penelitian tentang penerimaan penerapan teknologi sudah dilakukan oleh beberapa peneliti di negara

yang berbeda dan penerapan teknologi yang berbeda pula untuk 154 menguji keakuratan *Technology Acceptance Model* (Tangke, 2004).

Model *Teknologi Acceptance Model* (TAM) merupakan model penerimaan individu terhadap Teknologi yang baru. Dalam *Teknologi Acceptance Model*, kemudahan penggunaan dan manfaat dipercaya membentuk sikap yang pada akhirnya menjadi keputusan perilaku untuk menggunakannya. Alat tersebut dapat berupa perangkat lunak maupun perangkat keras yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan (Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon).

Tinjauan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miyatul Fatuh dan Widyastuti menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *perceived ease of use* dengan keputusan menggunakan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila semakin baik *perceived ease of use* maka keputusan menggunakan juga semakin meningkat (Miyatul Fatuh & Widyastuti 2017).

*Technology Acceptance Model* (TAM) dengan indikator Kemudahan dan Manfaat telah menjadi sangat populer karena memiliki ciri-ciri teori yang baik sederhana dan didukung oleh data serta dapat diterapkan dalam memprediksi penerimaan dan penggunaan sebuah hasil inovasi dalam berbagai bidang (Neila Ramdhani, 2009). Begitu juga dalam Islam, Kemudahan dan manfaat merupakan salah satu prinsip penting, kemudahan dan manfaat merupakan anugerah Allah SWT, diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama. kemudahan dan ditampiknya kesusahan merupakan kaidah besar dalam pembebanan-pembebanan syariat (takalif) agar tercetak watak toleran dalam setiap jiwa yang beriman (Sayyid Quthub, 1412H).

Maka dari itu, berdasarkan kerangka teoritis di atas hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh persepsi manfaat (*usefulness*) terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui *Fintech* GoPay pada BAZNAS.

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh persepsi kemudahan (*ease of use*) terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui *Fintech* GoPay pada BAZNAS.

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui *Fintech* GoPay pada BAZNAS.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field reseach*) dengan metode penelitian Asosiatif (Hubungan) kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dengan teknik kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki pada wilayah DKI Jakarta yaitu berjumlah 38.5 ribu, pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Slovin* dan penentuan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Setelah penulis mendapatkan data dengan kuesioner, maka selanjutnya data akan di uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan di lanjutkan dalam pengujian Hoptesis menggunakan olah data aplikasi SPSS 20.0.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

##### 3.1.1 Profil Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Badan Amil Zakat Nasional atau BAZNAS merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama

Untuk menjadi pengelola zakat yang professional dan terpercaya BAZNAS memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

#### a. Visi BAZNAS

BAZNAS memiliki Visi yaitu Menjadi pengelola zakat terbaik dan terpercaya di dunia.

#### b. Misi BAZNAS

- 1) Mengkoordinasikan BAZNAS provinsi, BAZNAS kabupaten/kota, dan LAZ dalam mencapai target-target nasional;
- 2) Mengoptimalkan secara terukur pengumpulan zakat nasional;
- 3) Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat untuk pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pemoderasian kesenjangan social;

- 4) Menerapkan sistem manajemen keuangan yang transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi terkini;
- 5) Menerapkan sistem pelayanan prima kepada seluruh pemangku kepentingan zakat nasional;
- 6) Menggerakkan dakwah Islam untuk kebangkitan zakat nasional melalui sinergi umat;
- 7) Terlibat aktif dan memimpin gerakan zakat dunia;
- 8) Mengarusutamakan zakat sebagai instrumen pembangunan menuju masyarakat yang adil dan makmur, baldatun thayyibatun wa rabbun ghafuur; dan
- 9) Mengembangkan kompetensi amil zakat yang unggul dan menjadi rujukan dunia.

**c. Model Penghimpunan Dana Zakat oleh BAZNAS**

Secara garis besar BAZNAS memiliki 2 jenis pendekatan dalam penghimpunan zakat, yaitu:

- 1) Penghimpunan melalui Badan yang ditujukan di lingkungan korporasi swasta, BUMN, lembaga negara dan juga kementerian; dan
- 2) Penghimpunan secara Individu yang merupakan pendekatan penghimpunan terhadap individu dan UMKM melalui Bank & Insurance Linkage, Retail Store, A Funding Website, Direct Selling, Celular Funding, Layanan Digital, Overseas Funding, Advertising dan NPWZ (Nomor Pokok Wajib Zakat).

**3.1.2 Profil Financial Teknologi GoPay**

Gopay adalah uang elektronik atau dompet digital berupa saldo Gojek dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan Gojek. Berawal dari layanan transportasi, sekarang aplikasi Gojek memiliki lebih dari 20 layanan yang menjadi solusi buat tantangan sehari-hari. Berkat itu juga, Gojek dan Gopay menjadi salah satu platform teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga Super-app: untuk customer, untuk mitra driver, dan juga mitra merchant

Dalam operasionalnya, berbagai macam Layanan Gopay yang dapat kita gunakan adalah:

- a. Pembayaran, GoPay memiliki banyak berbagai macam Fitur pembayaran yaitu: Go Pulsa, Go Bills, Paylater, Rekan Usaha Offline, Rekan Usaha Online;
- b. Transfer Dana, adalah layanan yang tersedia di Gopay untuk mentransfer dana ke akun Gopay

(Yosua Arent Lonardo Aritonang, Anton Arisman, 2017).

Dalam implementasinya, membayar Zakat dengan cara melalui GoPay sangatlah mudah, ini bisa dilakukan dengan scan QR di bawah ini:



Atau dengan caranya di bawah:

- a. Klik 'Lainnya' di aplikasi Gojek dan pilih GoBills;
- b. Pilih layanan 'zakat';
- c. Pilih Lembaga Amil Zakat (LAZ);
- d. Masukkan nominal zakat;
- e. Klik 'Bayar' kemudian masukkan PIN.

**3.1.3 Uji Validitas**

**Table 2**  
**Uji Validitas**

Indikator	Correlation	Ket	Indikator	Correlation	Ket
X1.1	0.692 > 0.196	Valid	X2.3	0.836 > 0.196	Valid
X1.2	0.770 > 0.196	Valid	Y1	0.828 > 0.196	Valid
X1.3	0.752 > 0.196	Valid	Y2	0.762 > 0.196	Valid
X2.1	0.725 > 0.196	Valid	Y3	0.687 > 0.196	Valid
X2.2	0.791 > 0.196	Valid	Y4	0.692 > 0.196	Valid

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

**3.1.4 Uji Reliabilitas**

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Manfaat (X1)	0.604 > 0.6	Reliabel
Kemudahan (X2)	0.689 > 0.6	Reliabel
Keputusan (Y)	0.731 > 0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.5 Uji Linieritas

Tabel 4  
Uji Linieritas

Variabel	Sig	Ket
Keputusan (Y)* Manfaat (X1)	0.582 > 0.05	Terdapat Hubungan Linier
Keputusan (Y)* Kemudahan (X2)	0.105 > 0.05	Terdapat Hubungan Linier
Manfaat (X1)* Kemudahan (X2)	0.872 > 0.05	Terdapat Hubungan Linier

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.6 Uji Normalitas

Tabel 5  
Uji Normalitas

Variabel	Sig	Ket
Manfaat (X1)	0.000 < 0.05	Normal
Kemudahan (X2)	0.002 < 0.05	Normal
Keputusan (Y)	0.002 < 0.05	Normal

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.7 Uji Multikolinieritas

Tabel 6  
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized		Ket
	B	Std. Error	
Manfaat	0.319 < 1	0.131 < 1	Multikolinearitas
Kemudahan	0.278 < 1	0.118 < 1	Tidak Terdeteksi

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.8 Uji Autokorelasi

Tabel 7  
Uji Autokorelasi (Runs Test)

Sig	Ket:
0.544	Asymp. Sig. (2-tailed) 0.544 > 0.05 yang artinya data yang digunakan cukup random dan tidak terdapat Autokorelasi.

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.9 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8  
Uji Heteroskedastisitas (Gledser Test)

Coefficients <sup>a</sup>	Sig	Ket
Manfaat (X1)	1.000 > 0.05	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
Kemudahan (X2)	1.000 > 0.05	

a. Dependent Variable: abs RES

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

3.1.10 Uji Hipotesis

Tabel 9  
Uji t (Parsial), Uji F (simultan) dan R-Square

Variabel	t-Tabel	Sig
Manfaat (X1) * Keputusan	2.437 > 1.660	0.017 < 0.05
Kemudahan (X2) * Keputusan (Y)	2.351 > 1.660	0.021 < 0.05
Manfaat (X1) * Kemudahan (X2)	5.600 > 1.660	0.000 < 0.05
Uji F	11.290 > 3.090	0.000 < 0.05
R-Square (R <sup>2</sup> )	18.9%	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil Uji Regresi Berganda yang telah dilakukan oleh penulis, diperoleh hasil sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>:** Hasil uji t-hitung 2.437 > t-tabel 1.660 dan nilai Sig 0.017 < 0.05 maka H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui *Fintech* Gopay.
- H<sub>2</sub>:** Hasil uji t-hitung 2.437 > t-tabel 1.660 dan nilai Sig 0.017 < 0.05 maka H<sub>2</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui *Fintech* Gopay.
- H<sub>3</sub>:** Hasil uji t-hitung t-tabel 2.437 > t-tabel 1.660 dan nilai Sig 0.017 < 0.05 maka H<sub>3</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan muzakki membayar Zakat melalui *Fintech* Gopay.
- H<sub>4</sub>:** Hasil uji t-hitung 2.437 > t-tabel 1.660 dan nilai Sig 0.017 < 0.05 maka H<sub>4</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui *Fintech* Gopay.
- Nilai R<sup>2</sup> (R square)** yang diperoleh adalah 0.189 atau 18.9%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel independen yang digunakan dalam model terbatas menjelaskan keputusan muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahana 18.9%%, dan 81.1% keputusan muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

### 3.2 Pembahasan

Hasil uji t-hitung  $2.437 > t\text{-tabel } 1.660$  dan nilai  $\text{Sig } 0.017 < 0.05$  maka dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui *Fintech* Gopay. Hasil Penelitian didukung sejumlah penelitian terdahulu yang menemukan bahwa *Technology Acceptance Model* secara konsisten menjelaskan sebagian besar varians dalam perilaku penggunaan.

Pelaksanaan pembayaran Zakat melalui media uang digital atau *fintech* Gopay mendapatkan respon sangat baik dari berbagai kalangan masyarakat di wilayah ibu kota DKI Jakarta, *Fintech* Gopay terus memberikan kontribusi bagi peningkatan pelayanan penerimaan Zakat. Kontribusi Gopay sangat dibutuhkan untuk terus dapat di relisasikan di seluruh daerah dalam upaya meningkatkan penerimaan Zakat pada BAZNAS. *Fintech* Gopay sebagai media objek dalam pelaksanaan Zakat telah banyak mendukung apa yang di butuhkan dalam pelaksanaan penghimpunan Zakat cepat, aman, dan banyak manfaat, ini dikarenakan *Fintech* Gopay merupakan *StarUp Fintech* terbesar dan *StarUp Fintech* terbanyak penggunaannya di Indonesia, *Fintech* Gopay juga merupakan layanan keuangan digital yang fokus pelayanannya pada *payment* (Pembayaran) di berbagai macam sector seperti *Go Pulsa*, *Go Bills*, *Paylater*, Rekan Usaha Offline, dan Rekan Usaha Online menjadi 1(satu) aplikasi, tentu ini akan memudahkan Muzakki karena tidak harus memiliki (men-Dowonload) akun-akun media pelayanan yang lainnya untuk mendukung aktifitas sehari-hari dan pembayaran Zakat.

Saat ini teknologi semakin berkembang, BAZNAS telah melakukan inovasi bersama dengan layanan *Fintech* Gopay, layanan ini dimulai dari layanan Scan QR, Layanan Gobills hingga di tahun 2020 inovasi terbaru terus di luncurkan yaitu satu Scan QR dapat di akses semua layanan *StarUp Fintech* pembayaran. Ini merupakan inovasi yang telah di berlakukan oleh Bank Indonesia, Inovasi pelayanan Scan QR yang lakukan oleh Bank Indonesia ini memastikan lebih cepat, mudah dan handal di akses oleh masyarakat dan Muzakki yang hendak melaksanakan Zakat. Diharapkan dengan layanan Gopay dan *StarUp* lainnya dapan terus meningkatkan penerimaan dana Zakat tahun-tahun berikutnya yang mana Zakat sangat berdampak

kepada semakin cepat memperbaiki kesenjangan ekonomi sosial dan kemiskinan amil di Indonesia.

Dengan BAZNAS memberikan pelayanan persepsi kemudahan sesuai anjuran Allah SWT yang menganjurkan segala bentuk ibadah tidak adanya kesulitan dalam menjalakkannya. Karena dengan persepsi kemudahan secara optimal bersama *fintech* GoPay bisa di dapatkan dan diharapkan mampu membuka kepercayaan, keputusan masyarakat untuk menyalurkan dana zakat kepada BAZNAS secara rutin. Selain itu, Hanik Fitriani (2018) berpendapat bahwa teknologi semakin berkembang terutama pada dunia sektor keuangan, hal ini secara perlahan telah mengubah industri keuangan ke era digital. Perpaduan antara *Financial Technologi* dengan lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syari'ah dirasa dapat meningkatkan inklusi keuangan terlebih pada sektor filantropi.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis paparkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Technology Acceptance Model* (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *Fintech* Gopay. selain itu, variabel persepsi manfaat dapat mempengaruhi persepsi kemudahan muzakki membayar zakat melalui *Fintech* Gopay Hal ini dibuktikan dengan besarnya F-hitung yang lebih besar dari F-tabel dan t-hitung yang masing-masing lebih besar daripada t-tabel dan masing-masing tingkat Signifikansi  $< 0.05$  dan Nilai  $R^2$  (R square) yang diperoleh adalah 0.189 atau 18.9%.

### 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen Pascasarjana UIN Raden Intan Bandar Lampung yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis untuk melakukan penelitian, terimakasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan fasilitas dan bantuan sehingga terselesainya penulisan ini.

### 7. REFERENSI

- <https://baznas.go.id/>  
Badan Amil Zakat Nasional, Indonesia Zakat Outlook 2019.  
Badan Amil Zakat Nasional, Indonesia Zakat Outlook 2020.

- C. Bruner, Gordon & Kumar, Anand. Explaining consumer acceptance of handheld Internet devices. *Journal of Business Research*. Vol. 58 No. 5, 2005.
- Davis, D. Fred. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *MS Quarterly*. Vol 13 No. 3, 1989.
- Fatuh. Miyatul & Widyastuti, Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Pengguna Uber Di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 5 No. 4, 2017.
- Fitriani, Hanik. Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia). *EL BARKA: Journal of Islamic Economics and Business*. Vol. 1 No. 1, 2018.
- Gao, Lingling & Bai, Xuesong, A unified perspective on the factors influencing consumer acceptance of internet of things technology. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 26 No. 2, 2014.
- Gopay Gandeng BAZNAS Luncurkan Inovasi GoZakat" (On-line), tersedia <https://baznas.go.id/> (14 Januari 2020).
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinimum. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- M. Shabri Abd. Majid, "Pengaruh Faktor Budaya, Motivasi, Regulasi, Dan Pemahaman Tentang Zakat Terhadap Keputusan Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal (Studi Para Muzakki di Kota Sabang)". *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, Vol. 7 No. 1, 2014.
- Ramdhani, Neila. Model Perilaku Penggunaan Tik "NR2007" Pengembangan Dari Technology Acceptance Model (TAM).. *Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*. Vol 17 No. 1, 2009.
- Schiffman. et.al. 2004. *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Tangke, Analisa Penerimaan Penerapan Teknik Audit Berbantuan Komputer (TABK dengan menggunakan Model TAM pada BadanPemeriksa Keuangan RI). Vol. 6 No. 1, 2004.
- Tery L, Et. al, "Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior". *Journal of Retailing*. Vol 77 No. 4, 2001.
- Quthub, Sayyid. 1412 H. *Fi Zhilal al-Qur'an*, cet. XVII. Beirut: Dar al-Syuruq.
- Undang-undang RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 15 ayat 1.
- Venkatesh, Viswanath & Fred D. Davis. A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Sciences*. Vol. 27 No. 3, 1996.