

# PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM FINTECH DI KABUPATEN PADANG LAWAS-SUMATERA UTARA

Romatua Lubis<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Pascasajana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Email: [lubisrao123@gmail.com](mailto:lubisrao123@gmail.com)

## ABSTRACT

The aim of this research is to find out whether Zakat Literacy, Income and Trust have a partial and simultaneous influence on the muzakki's decision to pay zakat via the Fintech Platform in Padang Lawas Regency. To find out what variables have the most influence on the muzakki's decision to pay zakat via the Fintech Platform in Padang Lawas Regency. and to find out whether the method of paying zakat carried out by the people of Padang Lawas Regency is in accordance with Sharia Economic Principles. The data collection methods used were questionnaires, observation and documentation. Then analyzed using SEM (Structural Equational Model) with Multiple Regression analysis using the Smart PLS (Partial Least Square) application. The research results show that Zakat Literacy, Income and Trust have a partial and simultaneous influence on muzakki's decision to pay zakat via the Fintech Platform in Padang Lawas Regency. Zakat literacy has the most dominant influence on muzakki's decision to pay zakat via the Fintech Platform in Padang Lawas Regency, and zakat payments made by the people of Padang Lawas Regency via the Fintech Platform are in accordance with the teachings and principles of Sharia Economics.

**Keywords:** *Zakat Literacy, Income, Trust, Fintech*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Literasi Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan berpengaruh secara Parsial dan Simultan terhadap Keputusan muzakki membayar zakat melalui Platform Fintech di Kabupaten Padang Lawas, Untuk mengetahui variabel apakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Platform Fintech di Kabupaten Padang Lawas dan untuk mengetahui apakah cara pembayaran zakat yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Padang Lawas sudah sesuai dengan Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah Kuesioner, Observasi dan Dokumentasi. Kemudian dianalisa menggunakan SEM (Structural Equational Model) dengan analisis Regresi Berganda menggunakan bantuan aplikasi Smart PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan berpengaruh secara Parsial dan Simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Platform Fintech di Kabupaten Padang Lawas. Literasi Zakat memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Platform Fintech di Kabupaten Padang Lawas, Dan pembayaran zakat yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Padang Lawas melalui Platform Fintech telah sesuai dengan ajaran dan Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah.

**Kata Kunci:** *Literasi Zakat, Pendapatan, Kepercayaan, Fintech*

## PENDAHULUAN

Teknologi digital merupakan terobosan serta inovasi baru dalam seluruh kegiatan ekonomi. Hal tersebut dapat mempengaruhi sektor perdagangan, pertanian, dan secara khusus berpengaruh pada sektor keuangan. Salah satu sektor yang saat ini dikembangkan yaitu *Financial Technology* atau lebih dikenal dengan istilah *Fintech* yang menjadi inovasi terbaru dimasa kini. Teknologi finansial merupakan bisnis yang berfokus pada penyedia gagasan jasa finansial yang menggunakan perangkat lunak dan modern. Saat ini Fintech mendapatkan perhatian secara global sebagai teknologi yang akan memberdayakan perusahaan untuk bersaing dengan efektif pada abad dua puluh satu ini.

Pemerintahan di Dunia saat ini telah memberikan perhatian mengenai tantangan fintech dan juga merancang kebijakan serta peraturan untuk mendukung perkembangan Fintech (Rohmatun Nafiah' 2019). Teknologi keuangan atau Fintech di Indonesia merupakan peluang pasar yang sangat potensial. Geografis yang luas, pertumbuhan kelas menengah yang cukup

besar, dan potensi produk keuangan yang relatif kurang baik secara bersama-sama bergabung untuk menciptakan pasar yang tangguh untuk pengembangan Fintech di Indonesia.

Fintech di Indonesia merupakan peluang pasar yang sangat potensial dan menjanjikan layanan keuangan. Dengan 36% dari populasi yang memiliki rekening bank, Fintech di Indonesia menjanjikan layanan keuangan yang dapat diakses kepada penduduk yang tidak tersentuh perbankan (*Unbankable*). Platform Fintech di Indonesia secara umum tumbuh dengan pesat dari tahun 2015 hingga akhir 2017 (Hasan S.M, 2018).

Fintech menawarkan sangat banyak kemudahan dari transaksi jual beli, hingga menawarkan sistem pembayaran untuk menunjang kegiatan sosial kini sudah menjadi sebuah tren seperti galang dana, zakat, infaq, sedekah, wakaf dan donasi. Indonesia merupakan negara yang paling dermawan berdasarkan tiga faktor, yaitu berdonasi, membantu orang lain dan relawan. Dari survei APIJI (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018 menunjukkan penetrasi pengguna internet di Indonesia saat ini sebesar 64,8% dari keseluruhan penduduk 264,16 juta orang (Khairunnisa, 2020).

Saat ini, Internet merupakan media yang dapat memfasilitasi manusia dalam mendapatkan segala sesuatu yang diperbarui tentang informasi di dunia. Sehingga perkembangan teknologi dan informasi yang semakin agresif tanpa kita sadari membawa berbagai perubahan dan dampak yang sangat signifikan bagi kehidupan. Secara sosial dengan adanya perkembangan teknologi, media interaksi antara manusia pun ikut berubah menjadi lebih efisien. Fenomena ini disebut sebagai Disrupsi Teknologi.

Disrupsi Teknologi juga mendorong munculnya tren baru, salah satunya adalah industri Teknologi Keuangan atau Fintech. Menurut *National Digital Research Center* (NDRC), Fintech adalah inovasi bisnis yang bergerak pada sektor keuangan berbasis teknologi. Industri ini bergantung pada inovasi pengembangan perangkat lunak untuk meningkatkan sistem keuangan menggunakan situs website atau ponsel.

Berdasarkan data yang terdaftar di OJK sampai bulan Maret 2018, Pertumbuhan Fintech mengalami peningkatan yang baik. Terdapat sekitar 40 perusahaan Fintech Syariah sudah mendapat izin resmi dari OJK untuk beroperasi. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, prospek industri Fintech Syariah di Indonesia tampak sangat baik. Secara keseluruhan, Fintech di Indonesia memiliki potensi besar karena dapat memberikan solusi untuk kebutuhan mendesak yang tidak mampu disediakan oleh lembaga keuangan tradisional. Selain itu, ledakan dalam penetrasi seluler (70% penduduk menggunakan ponsel untuk mengakses web) di Indonesia telah menjadi lahan yang subur untuk peningkatan pesat industri Fintech. Berdasarkan data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perusahaan Fintech di Indonesia terbagi kepada beberapa sektor, yaitu:

1. Financial Planning
2. Lending
3. Crowd Funding
4. Aggregator
5. Payment
6. Fintech Lainnya.

Perusahaan Fintech di Indonesia didominasi oleh sektor Pembayaran (*Payment*) sebesar 42,22%, sektor Pinjaman (*Lending*) 17,78%, sektor Agregator sebesar 12,59%, sektor Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*) sebesar 8,15%, sektor *Crowdfunding* sebesar 8,15%, dan sektor Fintech Lainnya sebesar 11,11%. Dalam hal ini perkembangan Fintech di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri, baik bagi lembaga zakat, lembaga sosial maupun jenis *Crowdfunding* lainnya untuk melakukan *Fundraising* (penghimpunan dana). Beberapa lembaga sudah melakukan kerjasama dengan *E-Commerce*, aplikasi online dan sejenisnya untuk

memperoleh manfaat dari Fintech. Beberapa aplikasi ini menyediakan fasilitas fintech sebagai sarana *Fundraising*.

Fintech di Indonesia diresmikan pada tahun 2015 melalui komunitas fintech. Pada tahun 2018, secara resmi Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital. Keberadaan perusahaan fintech pun terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020, AFTECH telah memiliki lebih dari 400 anggota. Pesatnya pertumbuhan perusahaan fintech di Indonesia didukung oleh masyarakat Indonesia yang menyukai hal-hal praktis. Masyarakat hanya perlu menggerakkan jari untuk menyelesaikan berbagai pembelian, pembayaran, pinjaman, pendanaan dan investasi dalam waktu yang sangat singkat tanpa memerlukan banyak mobilitas.

Hal ini sangat membantu terutama bagi mereka yang tinggal di pusat kota dengan kepadatan lalu lintas yang cukup tinggi. Salah satu contoh dari inovasi Teknologi Keuangan (Fintech) yang populer adalah *E-Wallet* yang termasuk dalam kategori sistem pembayaran (*Payment, Settlement, and Clearing*). *E-Wallet* atau Dompot Digital merupakan sebuah fitur yang dikembangkan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran secara online (Aulia, 2020). Munculnya Dompot Digital di masyarakat membentuk fenomena *Cashless Society*, di mana masyarakat tidak lagi bergantung pada uang tunai dalam melakukan transaksi finansial, namun beralih menggunakan aktivitas transaksi secara online.

**Gambar 1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022**



Sumber: *Data E-Commerce Indonesia 2022*

Kecenderungan masyarakat khususnya generasi milenial yang lebih memilih melakukan transaksi secara online dimanfaatkan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk melebarkan sayapnya dengan melakukan upaya digitalisasi pengumpulan zakat melalui Fintech. Pengumpulan, pengelolaan, serta panyaluran zakat dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas layanan berbasis online. Saat ini BAZNAS telah memanfaatkan berbagai Platform Digital seperti Media Sosial, E-Commerce, Aplikasi Percakapan, *Artificial Intelligence*, hingga kanal Keuangan Digital (Fintech). Dalam kerjasamanya dengan perusahaan Fintech, BAZNAS telah menggandeng berbagai Platform Fintech *E-Wallet* seperti GoPay, OVO, LinkAja, Dana, dan lainnya.

Ketua Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Noor Achmad mengatakan potensi zakat di Indonesia mencapai Rp 327.000.000.000.000 / tahun menurut data yang dihimpun dari pusat kajian strategis lembaganya. Potensi itu bersal dari zakat penghasilan, jasa pertanian, perkebunan, peternakan, dan sektor lainnya.

**Gambar 2**  
**Potensi Zakat di Indonesia**



Sumber: Diolah dari *Outlook Zakat Indonesia 2021*

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan zakat memiliki potensi yang sangat besar dalam penghimpunan zakat nasional. Sehingga perlu adanya kerjasama yang baik antar *Stakeholder* untuk meningkatkan muzakki dalam membayar zakat. Dan perlunya pemetaan wilayah untuk dapat meningkatkan potensi zakat tersebut.

Potensi zakat yang ada di setiap wilayah semestinya dapat dikelola dengan baik. Menurut sejarah potensi ini sebelumnya hanya dikelola secara tradisional dan hanya bersifat konsumtif, sehingga pemanfaatannya belum optimal. Setelah berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Dengan segala macam perubahan peraturan pemerintah terkait dengan zakat, maka pelaksanaan pengelolaan zakat di Indonesia diarahkan kepada Lembaga Pengelola Zakat (LPZ) yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang berkedudukan di ibu kota Negara, Provinsi, Kabupaten / Kota dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Di Sumatera Utara tepatnya di Kabupaten Padang Lawas BAZNAS terbentuk sejak tahun 2017 dan dikukuhkan tahun 2018. Sehingga efektif berjalan baru tahun 2019. Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Padang Lawas bahwa potensi zakat yang ada diperkirakan mencapai Rp 7.000.000.000 / tahun sedangkan zakat yang baru terhimpun oleh BAZNAS baru sebesar Rp.691.005.882. Melihat potensi zakat yang ada di wilayah Kabupaten Padang Lawas dan realisasi penghimpunan zakat, yang dilaksanakan oleh BAZNAS dapat dikatakan belum optimal.

Pesatnya perkembangan pengguna Smartphone ataupun internet di Kabupaten Padang Lawas namun masih banyak masyarakat yang belum membayarkan zakatnya melalui Platform Fintech. Sebagian alasan hal ini dipicu karena BAZNAS Kabupaten Padang Lawas belum optimal dalam mensosialisasikan pembayaran zakat secara online.

Dalam zakat, literasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam pembangunan zakat nasional. Tinggi rendahnya literasi zakat sangat mempengaruhi kualitas pengelolaan zakat itu sendiri, baik pada sisi penghimpunan maupun pada sisi penyaluran. Pada sisi penghimpunan, literasi zakat yang baik akan mendorong muzakki untuk senantiasa menunaikan zakat melalui lembaga resmi seperti BAZNAS. Muzakki akan termotivasi untuk mengikuti contoh di zaman Nabi dimana zakat selalu ditunaikan melalui amil resmi. Sebaliknya, literasi zakat yang rendah akan mendorong perilaku muzakki untuk lebih mengutamakan membayar zakat langsung kepada mustahik. Pengecualian apabila di satu wilayah, belum ada institusi amil resmi yang beroperasi dengan program zakat yang jelas.

Tanpa ada literasi zakat, masyarakat akan minim pengetahuan tentang zakat. Bisa saja masyarakat akan mengabaikan tentang zakat, apabila pengetahuan tentang zakat minim. Jika hal ini terjadi secara terus menerus bisa dipastikan masyarakat akan mengalami miskin rohani. Dan tentu saja ibadah mereka tidak sempurna. Apalagi harta zakat yang wajib dikeluarkan bukanlah hak pemilik harta, melainkan hak delapan asnaf yang sudah ditentukan dalam Al Quran dan Hadits.

Pendapatan dalam kaidah Islam menjadi salah satu faktor penentu kewajiban seseorang untuk menunaikan zakat. Ketika pendapatan seseorang telah mencapai nisab, maka mereka berkewajiban untuk memenuhi kewajibannya sebagai seorang muslim. Ketika seseorang membayarkan zakatnya, tentunya mereka sangat mempertimbangkan apakah harta yang dizakatkan telah benar-benar disalurkan kepada mustahik sebagaimana mestinya. Kepercayaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan dasar bagi muzaki dalam memutuskan untuk membayar zakat secara online.

Padang Lawas adalah salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kabupaten ini adalah hasil pemekaran dari Kabupaten Tapanuli Selatan. Kabupaten Padang Lawas resmi berdiri berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 38 Tahun 2007, tepatnya pada tanggal 10 Agustus 2007, bersamaan dengan dibentuknya Kabupaten Padang Lawas Utara, menyusul RUU yang disetujui pada 17 Juli 2007. Dan adapun Ibu Kota Kabupaten ini adalah Sibuhuan. Kabupaten Padang Lawas terdiri dari 17 kecamatan, 1 kelurahan, dan 303 desa dengan luas wilayah mencapai 3.892,74 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sekitar 257.434 jiwa dengan kepadatan penduduk 66 jiwa/km<sup>2</sup> (BPS Padang Lawas ).

Pada penelitian ini penulis akan melakukan pengujian pengaruh 3 variabel independen, yaitu Literasi Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan, terhadap Keputusan muzaki membayar zakat melalui Platform Fintech.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sonita Tiara dkk, hasil penelitian menunjukkan bahwa Akuntabilitas, Transparansi dan Literasi Zakat berpengaruh terhadap Preferensi muzakki dalam memilih saluran distribusi zakat (Sonita Tiara). Penelitian lainnya yakni Fikri Anam dan Furqonul Haq menunjukkan bahwa secara Parsial variabel sikap, kontrol perilaku, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap niat membayar zakat (Fikri Anam, 2022).

Selain itu Kurniaputri dalam penelitiannya yang berjudul “*intensi perilaku dan religiusitas generasi milenials terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform*”. Dari penelitian ini diketahui bahwa Intensi Perilaku berpengaruh secara Signifikan terhadap keputusan membayar ZIS. Sedangkan Religiusitas tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap keputusan membayar ZIS (Kurniaputri, 2020).

Penelitian ini mengembangkan dari penelitian Kurniaputri dengan judul Intensi Perilaku dan Religiusitas generasi milenial terhadap Keputusan pembayaran ZIS melalui Platform. Peneliti menambahkan variabel Literasi Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan karena variabel ini sangat penting untuk diteliti untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan membayar zakat melalui Platform Fintech.

## LITERATUR REVIEW

### Literasi Zakat

#### Konsep Umum Literasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Literasi merupakan kemampuan menulis, membaca dan kemampuan individu dalam mengelola informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Menurut *National Institute for Literacy* literasi merupakan kemampuan individu untuk menulis, membaca, menghitung dan dapat menyelesaikan masalah pada tingkat keahlian tertentu. Sedangkan menurut *Education Development Center* (EDC) literasi

merupakan kemampuan yang digunakan untuk meningkatkan potensi dan skill yang dimiliki untuk mempertahankan hidup. Selain itu UNESCO menjelaskan kemampuan literasi dapat memberdayakan dan meningkatkan kualitas hidup individu, keluarga dan masyarakat. Sehingga memberikan efek yang sangat luas bagi kehidupan.

Menurut Musthafa dalam jurnal yang ditulis Augustia literasi merupakan kemampuan individu untuk menulis, membaca dan berfikir kritis. Melalui literasi diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran untuk mempelajari sesuatu yang baru dan dapat mempengaruhi pemikiran seseorang sertamenumbuhkan budaya kritis sehingga dapat melahirkan masyarakat yang cerdas.

Dapat disimpulkan bahwa literasi merupakan kemampuan individu untuk memperoleh informasi dengan membaca, menghitung, berbicara dan menulis sehingga berdampak luas pada peningkatan kemampuan skill dan kualitas hidup.

### Konsep Literasi Dalam Islam

Konsep literasi dalam Islam sudah terlebih dahulu ada dengan ditandai dengan turunnya wahyu pertama kepada nabi Muhammad SAW lewat malaikat Jibril a.s yaitu surat al-Alaq ayat 1-5, sebagai berikut:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

*Artinya: Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan (1) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah (2) Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah (3) yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam (4) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya. (5) ”*

Menurut Quraish Shihab kata iqra’ memiliki arti membaca, menelaah dan menyampaikan. Perintah iqra’ dalam surat al-alaq memiliki arti bahwa umat Islam harus memiliki pengetahuan dan melek huruf serta informasi untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Kata iqra dalam surat ini dituliskan dua kali sehingga menunjukkan pada penekanan perintah untuk membaca dan memperoleh ilmu pengetahuan dengan selalu mengingat akan kebesaran Allah SWT (Mustolehudin, 2011).

### Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja yang berasal dari usaha atau yang lainnya (KBBI daring). Menurut Sadono Sukirno pendapatan merupakan salah satu unsur yang penting dalam suatu usaha yang dilakukan. Pendapatan merupakan timbal balik jasa yang diberikan karena sudah melakukan sebuah usaha (Sadono Sukirno, 2006).

Pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba (BN. Marbun, 2003). Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

### Kepercayaan

Kepercayaan (*Trust* atau *Belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses

secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan bahwa di satu produk ada atribut tertentu (Eko Satrio, 2016).

Mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap Integritas (kejujuran pihak yang dipercaya), Benevolence (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *Competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *Predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Model kepercayaan organisasional memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan (*propensity*) dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai orang lain. Kecenderungan akan mempengaruhi seberapa banyak kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk orang yang dipercaya. Kepercayaan melibatkan loncatan kognitif melampaui harapan-harapan yang dijamin dasar pemikiran dan pengalaman.

## Keputusan

Keputusan muzakki Berzakat adalah kesediaan berzakat dengan menuntut adanya kesadaran. Dengan demikian, kesadaran berzakat merupakan sebuah keharusan bagi orang Islam yang diwujudkan melalui upaya memperhatikan hak fakir miskin dan para mustahiq (orang yang berhak mendapatkan zakat) lainnya.

Proses pengambilan keputusan oleh konsumen secara normal akan melewati beberapa tahap sebelum terbentuknya sebuah keputusan yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang tercermin dalam kegiatannya. Menurut Dharmmesta dan Handoko perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) adalah kegiatan individu secara langsung untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa yang mana, didalamnya terdapat pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Keputusan dapat menjadi salah satu alternatif pemecahan terhadap suatu masalah, pengambilan keputusan akan mempengaruhi potensi pemecahan masalah seseorang dan organisasi, sebab keputusan dapat direfleksikan sebagai bentuk evaluasi terhadap tujuan individu maupun kelompok (Muhdi 2017). Armstrong berpendapat bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu: Faktor Kebudayaan: Budaya, Sub-kultur, kelas sosial, Faktor Sosial: Kelompok dan jaringan kerja, keluarga, peran dan status, Faktor Personal atau Pribadi: Umur, peke jaan, kepribadian, situasi ekonomi, dan gaya hidup, Faktor psikologi: Motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

## Fintech

### Definisi Fintech

Menurut Bank Indonesia (Indonesia, B, 2017), fintech didefinisikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan layanan, produk maupun bisnis baru yang berdampak pada kelancaran, keamanan, efisiensi, dan keandalan sistem pembayaran.

### Regulasi Fintech di Indonesia

Pelaksanaan fintech di Indonesia telah memiliki landasan hukum yang diatur berdasarkan beberapa regulasi resmi dari pemerintah maupun Bank Indonesia (Njatrijani, 2019). Berikut merupakan beberapa landasan hukum mengenai fintech di Indonesia, yaitu:

- 1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mengenai Penyelenggaraan Teknologi Finansial.
- 2) Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP mengenai Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.
- 3) Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 mengenai Uang Elektronik.

- 4) Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- 5) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77/ POJK.01/2016 mengenai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- 6) Surat Edaran OJK (SEOJK) No. 18/ SEOJK.02/2017 mengenai Tata Kelola dan Manajemen Risiko Teknologi Informasi.
- 7) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## METODE

Pendekatan penelitian ini termasuk ke dalam jenis metode penelitian deskriptif kuantitatif, karena penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan observasi, lalu menyebarkan Angket / Kuisisioner dalam bentuk google form (<https://forms.gle/nRGFBGNphx3ibj2m8>) kepada para responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah dari keseluruhan Muzakki yang melakukan pembayaran zakat di Baznas Kabupaten Padang Lawas-Sumatera Utara yaitu sebanyak 654 orang Muzakki. Untuk menentukan banyaknya sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan rumus *Slovin*. Jadi total populasi sebanyak 654 responden, dengan batas toleransi kesalahan sebesar (10%) dihasilkan jumlah sampel sebanyak 86,73 dengan menggunakan rumus atau metode slovin. Maka pada penelitian ini, sampel yang akan diambil yaitu sebanyak 87 responden (dibulatkan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan *software* PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Dalam penelitian ini batas *loading factor* yang ditetapkan yaitu sebesar 0,7. Berikut ini disajikan hasil analisis *Convegent Validity* untuk setiap indikator:

**Tabel 1**  
**Outer Loading (Measurement Model)**

Variabel	Indikator	Loading Factor
Tingkat Pengetahuan/Literasi Zakat (X1)	X1.1	0.871
	X1.2	0.900
	X1.3	0.864
	X1.4	0.884
	X1.5	0.867
Pendapatan (X2)	X2.1	0.725
	X2.2	0.846
	X2.3	0.892
	X2.4	0.906
	X2.5	0.878
Kepercayaan (X3)	X3.1	0.926
	X3.2	0.906
	X3.3	0.942

Variabel	Indikator	Loading Factor
	X3.4	0.929
	X3.5	0.924
Keputusan Membayar Zakat (Y)	Y1	0.773
	Y2	0.842
	Y3	0.865
	Y4	0.894
	Y5	0.859

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa indikator masing-masing konstruk memberikan nilai *convergent validity* yang tinggi, yaitu semua di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel penelitian memenuhi syarat untuk mewakili variabel-variabel tersebut.

### Uji Reliabilitas

Kriteria *validity* dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *Composite Reliability* > 0,70., *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan AVE berada diatas 0,50. Pada tabel di bawah ini akan disajikan nilai *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha* dan AVE untuk seluruh variabel.

**Tabel 2**  
**Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepercayaan	0.958	0.959	0.968	0.857
Keputusan Membayar Zakat	0.901	0.903	0.927	0.718
Pendapatan	0.904	0.921	0.929	0.725
Tingkat Pengetahuan/ Literasi Zakat	0.925	0.929	0.944	0.770

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* > 0,60., nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50 dan *composite reliability* > 0,70 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang di estimasi memenuhi kriteria (*reliable*).

### R Square

Dalam menilai model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan apakah ada pengaruh yang substantif antara variabel laten bebas tertentu terhadap variabel laten terikat. Hasil dari PLS *R-Square* merepresentasi jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Hasil dari PLS *R-Square* merepresentasi jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Imam Ghozali, 2015). Hasil pengujian *R-Square* diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 3**  
*R Square*

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Membayar Zakat	0.668	0.656

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas, diperoleh nilai R Square keputusan membayar zakat sebesar 0,668. Artinya adalah sebesar 66,8% variabel keputusan membayar zakat dipengaruhi oleh variabel tingkat pengetahuan/literasi zakat, variabel pendapatan, dan variabel kepercayaan.

### F Square

Langkah selanjutnya dalam penelitian adalah melihat nilai *F-Square*. Dijelaskan bahwa *F-Square* digunakan untuk melihat pengaruh Prediktor Variabel Laten pada level Struktural. Berdasarkan hasil pengujian dengan SmartPLS 3.0, diperoleh hasil *F-Square* sebagai berikut:

**Tabel 4**  
 Nilai *F-Square* (Effect Size)

Variabel	Keputusan Membayar Zakat
Kepercayaan	0.073
Pendapatan	0.100
Tingkat Pengetahuan/Literasi Zakat	0.104

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas dapat terlihat bahwa variabel tingkat pengetahuan/literasi zakat memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan membayar zakat secara online dengan nilai sebesar 0,104 lebih besar dari nilai variabel laten lainnya.

### Q Square

Langkah selanjutnya adalah melihat *Q-square* (*predictive relevance*) untuk model konstruk. Pengujian *Q-square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance* yang baik/memadai, sedangkan *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

**Tabel 5**  
 Nilai *Q Square*

Variabel	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
Keputusan Membayar Zakat	435.000	232.800	0.465

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai Q<sup>2</sup> (*Q-square Predictive Relevance*) yang diperoleh adalah 0,465. Karena nilainya lebih besar dari 0 (nol) artinya model mempunyai nilai *predictive relevance* yang memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel tingkat pengetahuan/literasi zakat, pendapatan dan kepercayaan mampu memprediksikan variabel keputusan membayar zakat secara online secara baik/memadai.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui Platform Fintech**

Pengetahuan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,312 dengan t-statistics sebesar 2,520 dan P value 0,012. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (2,520) lebih besar dari t table (1,663) atau P value (0,012) lebih kecil dari 0,1. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa tingkat pengetahuan/literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online, sehingga  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sonita Tiara, dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan/Literasi Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online.

### **2. Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui Platform Fintech**

Pendapatan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,311 dengan t-statistics sebesar 2,022 dan P value 0,044. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (2,022) lebih besar dari t table (1,663) atau P value (0,044) lebih kecil dari 0,1. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online, sehingga  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fikri Anam dan Furqonul Haq dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online.

### **3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui Platform Fintech**

Kepercayaan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,269 dengan t-statistics sebesar 1,924 dan P value 0,055. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (1,924) lebih kecil dari t table (1,663) atau P value (0,055) lebih besar dari 0,1. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online, sehingga  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online.

### **4. Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui Platform Fintech**

Secara simultan literasi zakat, pendapatan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat secara online. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  dengan nilai R Square 66,8%.

### **5. Variabel Paling Berpengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui Platform Fintech**

Berdasarkan Output F Square menunjukkan bahwa variabel tingkat literasi zakat memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan muzakki membayar zakat secara online dengan nilai sebesar 0,104 lebih besar dari nilai variabel lainnya.

### **6. Pembayaran Zakat Melalui Platform Fintech Menurut Ekonomi Syariah**

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) No. 117/2018 pembayaran zakat yang dilakukan secara online oleh masyarakat Kabupaten Padang Lawas telah sesuai dengan ajaran dan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa literasi zakat, Pendapatan, dan Kepercayaan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat secara online dengan sebesar 66,8%. Berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi, Pendapatan dan Kepercayaan muzakki maka akan semakin tinggi kesadaran dalam membayar zakat. Berdasarkan hasil penelitian juga diperoleh bahwa literasi zakat mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat secara online sebesar 0,104 lebih besar dari nilai variabel lainnya. Diharapkan kepada *Stakeholder* untuk meningkatkan kepercayaan muzakki untuk menyalurkan zakatnya kepada lembaga amil zakat yang resmi serta meningkatkan edukasi tentang perhitungan zakat kepada muzakki secara menyeluruh sehingga potensi zakat dapat tergali dengan baik.

## REFERENSI

- Al-Hasby, (2002), Muhammad Bagir, *Fiqh Praktis*. Bandung: Mizan.
- BN. Marbun, (2003), *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bachmid Gansir, dkk. (2012), "Prilaku muzakki membayar zakat mal". *Kendari : Jurnal aplikasi manajemen*. vol 10 nomor 2.
- Ghozali, Imam, (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM PSPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Duwila, A. A., Siregar, M. N. H., Nainggolan, L. E., Marit, E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi finansial: sistem finansial berbasis teknologi di eradigital*. Kita Menulis
- Hafidhuddin, Didin, (2002), *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan S.M, (2018), *Fintech in Indonesia: An Islamic Outlook*. <http://ethiscrowd.com> diakses tanggal 15 Juli 2019
- Indonesia, B. (2017). Penyelenggaraan teknologi finansial. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financialtechnology/default.aspx>
- Khairunnisa, dkk. (2020), "Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284-293
- Mardani, (2015), *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Marzuki, Agustina, dkk, (2020), *Praktikum Statistik*. Jakarta : Ahli Media Press.
- Muhdi, N. S. (2017), "Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah". *Jurnal Manajemen pendidikan* Volume; 4 No.2, 136-137.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing". *Journal of Marketing*, 58 (3), 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F002224299405800302>
- Mustolehudin, "Tradisi Baca Tulis Dalam Islam Kajian Terhadap Teks Al-Quran Surah Al-Alaq Ayat 1-5" *Jurnal Analisa* Vol. XVIII No. 01 (2011), 146
- Nafiah, Rohmatun dan Ahmad Faih, (2019), "Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah Dalam Perspektif Maqashid Syariah". *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 167-175.
- Sukirno, sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo 2006), 49
- Satrio, Eko, dkk, (2016), *Analisis Faktor kepercayaan, pendapatan pada minat muzakki untuk membayar zakat penghasilan pada Amil Zakat*. Jakarta : Universitas Indonesia.