

Intensi Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai melalui Lembaga Zakat = Intention of Social Media Users to Pay Zakat, Infaq, Shodaqoh Non-Cash through Zakat Institutions

Fathya Fikri Izzuddin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526043&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi yang ada saat ini telah memberikan manfaat di berbagai sektor kehidupan, tak terkecuali sektor ekonomi dan keuangan, dengan adanya berbagai implementasi teknologi di bidang finansial (financial technology) termasuk dalam bidang Zakat Infak Sedekah. Keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi membuat Muzaki pada saat menyalurkan dana ZIS (Zakat, Infak, Shodaqoh) nya memiliki keleluasaan dalam memilih cara menyalurkannya dan akan menjadi lebih rasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi intensi seseorang pengguna media sosial dalam membayar ZIS digital (non tunai) melalui Lembaga Zakat. Intensi pengguna media sosial ini akan didasari kepada Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Sebanyak 234 responden yang dianalisa menggunakan metode regresi Probit dan Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil Analisa menggunakan metode Probit menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara umur, Jenis Kelamin, pendapatan, dan tingkat financial literacy terhadap intensi pengguna media sosial membayar Zakat, Infak, Sedekah dengan cara non tunai dan melalui Lembaga Zakat. Hasil analisa menggunakan SEM menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap intensi pengguna media sosial membayar Zakat, Infak, Sedekah dengan cara non tunai dan melalui Lembaga Zakat.

.....Technological developments have provided benefits for people at large by providing services in daily life. These services encompass wide-range of economic and financial activities thanks to the implementations of technology in the financial sector including Zakat, Infaq, Shodaqoh. The greater degree of information and technology adoption allowss Muzakis (the payers of zakat) to have flexibility in choosing how to distribute the payments. This study aims at determining the factors that influence the intension of a social media user in paying digital ZIS (non-cash) through the Zakat Institution. The intensions of social media users are evaluated based on the Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB). A total of 234 respondents were analyzed using the Probit regression method and Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM). The results of the analysis using the Probit method show that there are significant and positive relationship between age, gender, income, and level of financial literacy on the intensions of social media users to pay Zakat, Infaq, Shodaqoh in a non-cash way and through the Zakat Institution. Moreover, the results of the analysis using SEM show that there is a significant and positive relationship between the variables of Perceived Ease of Use, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control on the intensions of social media users to pay Zakat, Infaq, Shodaqoh through Zakat Institutions non cash services.