



Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah

Ardiansyah Siregar¹, Budi Gautama Siregar², Nurul Izzah³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Syech Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

^{1,2,3}Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan 22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 22733

Email: ardiansyahsrg1999@gmail.com¹, budigautama@uinsyahada.ac.id², nurulizzah@iain-padangsidempuan.ac.id@gmail.com³.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel terikat yaitu minat masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru untuk membayar zakat melalui aplikasi *mobile banking* berdasarkan variabel bebas persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan persepsi kepercayaan. Penelitian ini menggunakan teori yang membahas *mobile banking*, minat, zakat, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan serta hubungan yang terdapat antara variabel. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data utama atau primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 orang dan data dikumpulkan melalui sebaran angket. Data yang terkumpul diolah menggunakan aplikasi SPSS 25. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan dan variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Secara simultan, terdapat pengaruh antara ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Minat, Zakat, Mobile Banking, Persepsi

Abstract

This study aims to determine the interest of the people of Sitamiang Baru Village to pay zakat through a mobile banking application based on the variables of perceived convenience, perceived usefulness, and perceived trust. This study uses a theory that discusses mobile banking, interest, zakat, perception of convenience, perception of usefulness and perception of trust and the relationship between variables. This type of research is quantitative research using primary or primary data sources. The sample in this study was 98 people and data were collected through a questionnaire distribution. The data collected was processed using the SPSS 25 application. This study used multiple linear regression analysis techniques. This study shows that the perceived convenience variable and the perceived usefulness variable have no partial effect on the interest in paying zakat through mobile banking applications. While the variable of trust perception has a partial influence on the interest in paying zakat through mobile banking. Simultaneously, the variables of perceived convenience, perceived usefulness, and perceived trust have an influence on the interest of the people of Sitamiang Baru Village to pay zakat through mobile banking applications.

Keywords: Interest, Zakat, Mobile Banking, Perception

PENDAHULUAN

Ada lima kewajiban yang diberikan kepada umat Islam, salah satu diantaranya adalah kewajiban membayar zakat, dimana ketentuannya telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah. Zakat dapat diartikan sebagai sejumlah harta wajib yang dikeluarkan oleh seseorang untuk membersihkan harta dan jiwanya kepada orang yang berhak menerimanya. (Umrotul Khasana, 2010). Shalat merupakan ibadah yang diwajibkan kepada umat Muslim dengan anggota tubuhnya, sedangkan zakat adalah ibadah yang diwajibkan atas kepemilikan hartanya. Dalil yang mengatur tentang zakat dapat dilihat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267 dan Surah At-Taubah ayat 103. (Manullang, Nofinawati & Atika, 2020)

Pembayaran zakat yang bisa dilakukan melalui aplikasi *mobile banking* pada saat ini masih belum dimanfaatkan oleh masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru, fenomena ini disebabkan minimnya pengetahuan tentang kemudahan penggunaan *mobile banking* serta masyarakat lebih memilih untuk membayar zakat melalui amil zakat yang ada.

Dalam kutipan (Djaali, 2017) *Crow and crow* berpendapat bahwa minat merupakan segala sesuatu yang memicu seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Menurut (Nugroho J. Setiadi, 2010, 10) beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh kepada perilaku konsumen adanya faktor pribadi, psikologis, kebudayaan dan sosial. Teori yang dapat digunakan untuk mengetahui minat dari konsumen yang beragama Islam dapat dilakukan dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Fishberin dan Ajzen yaitu *Theory of Reasoned Action* atau Teori Tindakan Beralasan. Dalam teori ini disebutkan bahwa minat seseorang terbentuk melalui sikap seseorang terhadap suatu perilaku dan norma yang subyektif.

Masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru bernama Samsul memberikan alasan tidak menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat karena lebih percaya dengan amil zakat yang ada di masjid. (Samsul, komunikasi pribadi, 28 April 2021). Sementara masyarakat yang bernama Fitrah mengatakan bahwa zakat lebih mudah dibayar melalui *mobile banking* karena fiturnya mudah dipahami. (I. Fitrah, komunikasi pribadi, 28 April 2021). Masyarakat lain yang bernama Lidya mengatakan memiliki aplikasi *mobile banking* beberapa tahun sebelumnya, tetapi karena kurangnya pengetahuan untuk memanfaatkan fiturnya, aplikasi tersebut tidak digunakan lagi (Lidya, komunikasi pribadi, 29 April 2021). Wawancara yang dilakukan kepada masyarakat memberikan kesimpulan masih terdapat faktor ketidakpercayaan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* dan minimnya minat masyarakat untuk menggunakannya. Maka penelitian ini akan menggunakan variabel persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan.

KAJIAN TEORITIS

A. Minat Membayar Zakat Melalui *Mobile Banking*

Definisi dari minat dapat diartikan sebagai kesenangan terhadap suatu kegiatan tanpa adanya paksaan. Pada dasarnya, minat itu adalah hubungan yang tercipta dengan sesuatu yang ada di luar diri seseorang. Minat akan semakin besar saat hubungan yang dibangun semakin kuat. *Crow and crow* berpendapat bahwa minat merupakan segala sesuatu yang memicu seseorang untuk melakukan suatu kegiatan (Djaali, 2017, 121). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah aktivitas yang dilakukan seseorang tanpa ada unsur keterpaksaan demi meraih suatu tujuan.

Zakat dikategorikan sebagai ibadah sosial, yaitu ibadah yang memanfaatkan harta untuk membangun dan memberikan kesejahteraan bagi umat, atau dikenal dengan istilah *maaliyah ijtima'iyah*. Pengelolaan dan penyaluran zakat yang sesuai dengan ketentuan akan dapat mengentaskan kemiskinan yang terdapat dalam masyarakat. (Wiji Nurastuti, 2011, 110). Dampak zakat bagi perekonomian menunjukkan hasil yang signifikan, dapat dilihat dari meningkatnya Pendapatan Domestik Bruto riil (PDB). Jika dana zakat yang dihimpun mengalami peningkatan sebesar 1 miliar rupiah, ekonomi akan tumbuh sebanyak 0,12 persen dengan ketentuan variabel lain harus konstan. (Napitupulu dkk., 2021) Dalam Al Qur'an Surah Al-Baqarah disampaikan:

Artinya: “*Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan*”(Q.S. Al-Baqarah:110)(Agama, 2015, 25).

Dari ayat di atas, Allah memerintahkan umat Islam agar senantiasa mempersiapkan diri untuk hari akhir, dengan mengerjakan amal yang bermanfaat bagi dirinya seperti ibadah shalat dan ibadah zakat, agar Allah menanungi mereka dalam kehidupan dunia maupun akhirat, dimana pada hari akhir nanti permohonan maaf dari orang-orang zhalim tidak akan berguna lagi dan mereka akan menempati kediaman yang buruk (Al-Mubarakfuri, 2017, 384).

Fitur yang terdapat di dalamnya sama dengan fitur dalam ATM terkecuali untuk tarik tunai (Wiji Nurastuti, 2011, 111). *Mobile banking* merupakan aplikasi fitur perbankan yang digunakan melalui ponsel pintar dengan koneksi internet (Salsabilla & Zuliestiana, 2016, 84). *Mobile banking* memberikan layanan yang praktis dan mudah dimanfaatkan oleh nasabah, dan dilengkapi dengan keamanan untuk menjaga saldo nasabah tetap terjaga dengan baik. Layanan ini juga dapat diakses melalui ponsel pintar atau *smartphone* dengan penggunaan SMS (Ikatan Bankir Indonesia, 2011, 59).

B. Persepsi Kepercayaan

Kepercayaan merupakan harapan positif yang tercipta dalam diri konsumen untuk mewujudkan ekspektasi yang dimilikinya yang memiliki keterkaitan antara objek dan atribut (Etta Mamang Sangadji, Sopiha, 2013,210). Untuk melakukan aktivitas perbankan melalui penggunaan teknologi pertama kalinya, harus didasari dengan adanya kepercayaan. Sehingga dengan adanya kepercayaan dan mudahnya akses untuk menggunakannya akan menimbulkan minat bagi konsumen. Untuk memberikan kepuasan pada pelanggan, beberapa cara dilakukan perusahaan seperti memberikan layanan keamanan dalam melakukan transaksi. Kepercayaan tidak diberikan seseorang melalui perkataan, tetapi ditunjukkan melalui harapan atau ekspektasi yang positif.

METODE PENELITIAN

Kelurahan Sitamiang Baru Kota Padangsidimpuan menjadi lokasi dalam penelitian ini dengan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran suatu hal, mengembangkan konsep, memberikan deskripsi statistik, dan dilakukan untuk menguji suatu teori (M. Subana dan Sudrajat, 2011, 25). Populasi merupakan wilayah yang ditentukan untuk dilakukan penelitian yang terdiri dari subjek dan objek dengan ketentuan dan kualitas tertentu (Sugiyono, 2017, 61). Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 4.398 masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru.

Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu sampel yang dapat diambil secara spontanitas, jika sampel berhubungan dengan penelitian. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen, sehingga didapatkan hasil 97,7 yang dilakukan pembulatan menjadi 98 orang. Keseluruhan sampel merupakan masyarakat pengguna aplikasi *mobile banking* tetapi tidak memanfaatkannya untuk membayar zakat, dan data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan skala likert (Sugiyono, 2012, 116).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa tepat atau valid variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam Uji validitas terdapat perbandingan antara r tabel dan r hitung. Jumlah sampel sebanyak 98 orang, digunakan rumus derajat kebebasan (df) = $n-2$, n merupakan jumlah sampel, sehingga (df) = $98-2 = 96$. Dari hasil tersebut r tabel sebesar 0,1671 dengan taraf signifikansi 10 % atau 0,1. Hasil ini dikatakan valid jika r hitung lebih besar daripada r tabel.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PKM_1	0,761	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 96$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1671$	Valid
PKM_2	0,734		Valid
PKM_3	0,771		Valid
PKM_4	0,732		Valid
PKM_5	0,706		Valid
PKM_6	0,683		Valid

Tabel 1 menunjukkan hasil yang valid, karena r hitung dalam poin 1 sampai dengan poin 6 lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1671.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kegunaan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PKG_1	0,651	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 96$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1671$	Valid
PKG_2	0,648		Valid
PKG_3	0,670		Valid
PKG_4	0,713		Valid
PKG_5	0,688		Valid
PKG_6	0,595		Valid

Tabel 2 menunjukkan hasil yang valid, karena r hitung dalam poin 1 sampai dengan poin 6 lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1671.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PKP_1	0,595	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 96$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1671$	Valid
PKP_2	0,657		Valid
PKP_3	0,615		Valid
PKP_4	0,737		Valid
PK_5	0,749		Valid
PK_6	0,664		Valid

Tabel 3 menunjukkan hasil yang valid, karena r hitung dalam poin 1 sampai dengan poin 6 lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1671.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan *Mobile banking*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PK_1	0,601	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 96$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1671$	Valid
PK_2	0,528		Valid
PK_3	0,658		Valid
PK_4	0,582		Valid
PK_5	0,803		Valid

Setiap item pada tabel di atas menunjukkan angka r hitung $>$ r tabel, maka variabel minat menggunakan *mobile banking* menunjukkan hasil yang valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan dalam penelitian untuk menguji setiap instrument reliabel atau tidak. Nilai *Chronbach Alpha* > 0,60 berarti instrument reliabel. Berikut nilai reliabilitas dalam penelitian ini :

Table 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Persepsi Kemudahan	0,826	6
Persepsi Kegunaan	0,728	6
Persepsi Kepercayaan	0,756	6
Minat Memabayar Zakat Melalui <i>Mobile banking</i>	0,633	5

Dari keseluruhan variabel dalam tabel di atas menunjukkan hasil *Chronbach Alpha* yang lebih besar dari pada 0,60. Variabel persepsi kemudahan nilai *Chronbach Alpha* 0,825 > 0,60. Variabel Persepsi Kegunaan nilai *Chronbach Alpha* 0,728 > 0,60. Variabel Persepsi Kepercayaan nilai *Chronbach Alpha* 0,756 > 0,60. Serta variabel Minat Membayar Zakat melalui *Mobile Banking* 0,633 > 0,60. Maka dapat ditarik kesimpulan keseluruhan variabel menunjukkan hasil yang reliabel.

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	98	15	30	23.99	3.088
Kegunaan	98	18	30	24.43	2.540
Kepercayaan	98	17	30	23.64	2.855
Minat	98	17	25	21.69	1.614
Valid N (listwise)	98				

Tabel 6 mengindikasikan hasil yang baik karena dari sampel sebanyak 98 orang variabel persepsi kemudahan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 23,99 lebih besar dari standar deviasi sebesar 3,088. Variabel Kegunaan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 24,43 lebih besar dari standar deviasi 2,540. Variabel Kepercayaan nilai rata-ratanya sebesar 23,64 lebih besar dari standar deviasi sebesar 2,855. Variabel Minat Menggunakan *Mobile banking* menunjukkan nilai rata-rata 21,69 yang lebih besar dari standar deviasi sebesar 1,614.

Hasil Uji Normalitas

Dalam SPSS 24 data terdistribusi normal apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,05. Uji normalitas dalam penelitian ini disampaikan pada tabel di bawah :

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		49
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,98131600
Most Extreme	Absolute	,102
Differences	Positive	,102
	Negative	-,085
Test Statistic		,102
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar daripada nilai signifikan 0,1. Maka uji ini menunjukkan data yang normal. Untuk melanjutkan ke tahap analisis statistik parametrik, maka data harus terdistribusi normal.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Multikolinearitas

Dalam Uji Multikolinearitas jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	17.918	2.168		3.265	.000		
Kemudahan	.016	.053	.030	.297	.767	.970	1.031
kenyamanan	.002	.064	.003	.034	.973	.983	1.017
kepercayaan	.142	.057	.250	2.462	.016	.962	1.040

Tabel di atas menunjukkan hasil tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* dari keseluruhan variabel lebih besar dari 0,1. Variabel persepsi kemudahan nilai *tolerance* 0,970 > 0,1. Nilai *tolerance* dari variabel persepsi kegunaan 0,983 > 0,1. Variabel persepsi kepercayaan nilai *tolerance* 0,962 > 0,1. Kemudian, keseluruhan variabel juga menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF variabel persepsi kemudahan 1,031 < 10, variabel persepsi kegunaan 1,017 < 10, variabel persepsi kepercayaan 1,040 < 10. Keseluruhan variabel menunjukkan nilai VIF yang lebih kecil dari 10.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menggunakan teknik uji koefisien *Spearman's rho* untuk mencari korelasi antara variabel bebas dengan residualnya dengan tingkat signifikansi 0,1 uji dua sisi. Jika nilai menunjukkan angka lebih dari 0,1 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Hasil uji disampaikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.213	1.171		-1.036	.303
Kemudahan	.041	.029	.148	1.445	.152
Kegunaan	.039	.034	.115	1.138	.258
Kepercayaan	.023	.031	.078	.757	.451

Tabel di atas menunjukkan hasil tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai korelasi kedua variabel bebas dengan residualnya lebih dari 0,1. Sehingga pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk menguji tingkat kontribusi dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan pengaruh lain dilihat dari variabel-variabel lain dalam penelitian.

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.257 ^a	.066	.036	1.585

Nilai R Square atau Koefisien Determinasi menunjukkan angka 0,666 atau 6,6 %. Nilai 0,666 merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi $0,257 \times 0,257 = 0,666$. Maka dapat diartikan sebesar 6,6% terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sementara sebanyak $(100\% - 6,6\%) = 93,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh secara linier antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat maka digunakan analisis regresi linier berganda. Selain itu, berfungsi juga untuk mengetahui jawaban sementara dalam penelitian.

Tabel 11
Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.918	2.168		8.265	.000
Kemudahan	.016	.053	.030	.297	.767
Kegunaan	.002	.064	.003	.034	.973
Kepercayaan	.142	.057	.250	2.462	.016

Persamaan regresi dari variabel terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

$$M = 17.918 + 0.016 + 0.002 + 0.142 + e$$

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Angka 17.918 merupakan nilai konstanta (α) dengan parameter positif. Maka minat masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat sebesar 17.918, dengan ketentuan variabel bebas ditiadakan atau dianggap konstan.
2. Variabel persepsi kemudahan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,016. Variabel persepsi kegunaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,002, dan variabel persepsi kepercayaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,142. Ketiga variabel bebas menunjukkan nilai yang positif, sehingga terdapat hubungan yang positif antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Diperlukan melakukan uji t untuk mencari tahu pengaruh parsial antara variabel bebas dan terikat. Dalam penelitian ini hasil uji dicantumkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.918	2.168		8.265	..000
Kemudahan	.016	.053	.030	.297	..767
Kegunaan	.002	.064	.003	.034	..973
Kepercayaan	.142	.057	.250	2.462	..016

kesimpulan dari tabel di atas adalah:

- Nilai t hitung (0,297) < t tabel (1,290), maka tidak ditemukan pengaruh antara variabel persepsi kemudahan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Nilai t tabel didapatkan dari rumus derajat kebebasan, yaitu $df = n - k - 1$ ($98 - 4 - 1$) = 93. Nilai t tabel dari 93 adalah 1,290. Sehingga nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel memberikan kesimpulan H_0 diterima
- Nilai t hitung (0,034) < t tabel (1,290), maka tidak ditemukan pengaruh antara variabel persepsi kegunaan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Nilai t tabel didapatkan dari rumus derajat kebebasan, yaitu $df = n - k - 1$ ($98 - 4 - 1$) = 93. Nilai t tabel dari 93 adalah 1,290. Sehingga nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel memberikan kesimpulan H_0 diterima
- Nilai t hitung (2,462) > t tabel (1,290), maka ditemukan pengaruh antara variabel persepsi kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Nilai t tabel didapatkan dari rumus derajat kebebasan, yaitu $df = n - k - 1$ ($98 - 4 - 1$) = 93. Nilai t tabel dari 93 adalah 1,290. Sehingga nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel memberikan kesimpulan H_a diterima

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan uji signifikansi simultan (Uji F). H_a ditolak jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel, H_a diterima jika F hitung lebih besar dari F tabel. H_a juga diterima jika nilai Sig lebih kecil dari 0,1.

Tabel 13
Uji Signifikansi (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.750	3	5.583	2.223	.091 ^b
	Residual	236.066	94	2.511		
	Total	252.816	97			

Hasil dari tabel di atas menunjukkan ketiga variabel bebas memiliki pengaruh yang simultan terhadap variabel terikat. Ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 2,223 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,14. Nilai Signifikan juga menunjukkan angka 0,091 yang lebih kecil dari 0,1. Maka dapat diambil kesimpulan H_a diterima dan H_o ditolak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Data yang diolah melalui SPSS 25 memberikan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*.

Dari hasil uji yang dilakukan variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Hasil uji t yang dilakukan bertolak belakang dengan pengertian persepsi kemudahan, dimana persepsi kemudahan merupakan sistem yang dibuat untuk memudahkan seseorang yang menggunakannya. Hasil uji t ini juga sejalan dengan penelitian Hotlina Sari, dimana persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Maka hasil uji tersebut juga menyimpulkan bahwa masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru mengetahui adanya layanan *mobile banking* yang disediakan oleh pihak perbankan, tetapi kebanyakan dari mereka masih belum mampu dan kesulitan menggunakan aplikasi tersebut, terkhusus membayar zakat.

2. Pengaruh kegunaan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*.

Persepsi kegunaan merupakan kepercayaan yang didapatkan seseorang jika menggunakan teknologi akan mempermudah pekerjaannya. Hasil uji yang didapatkan bertolak belakang dengan definisi persepsi kegunaan, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel persepsi kegunaan dengan minat

JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, Volume 2, No 1 Tahun 2021
<http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JISFIM>

membayar zakat melalui aplikasi *mobile banking*. Sehingga hasil uji t untuk variabel ini ditolak. Sementara penelitian sebelumnya oleh Jefri Wandu, Syamsul Bachri, dan Benyamin Parubak dengan judul pengaruh persepsi kegunaan, persepsi keuntungan, dan persepsi keamanan terhadap minat nasabah BNI menggunakan *mobile banking* menunjukkan hasil persepsi kegunaan memiliki pengaruh parsial terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru mengetahui *mobile banking* tetapi tidak dipergunakan untuk mempermudah pekerjaan mereka.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*.

Dari hasil uji t yang dilakukan didapatkan hasil variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Persepsi kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan konsumen dalam memilih suatu produk. Hasil ini juga menunjukkan terdapat kesamaan dengan penelitian Fahrul Rozi Dan Muhammad Ziyad bahwa variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini memberikan kesimpulan masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru mempercayai sistem *mobile banking* untuk membayar zakat.

4. Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*.

Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat positif, karena hasil uji F yang dilakukan memberikan hasil adanya pengaruh secara simultan antara persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui aplikasi *mobile banking*.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Melasari, Agus Suroso dan Ade Banan dengan judul pengaruh kepercayaan, kegunaan, kemudahan, *privacy risk*, *time risk*, dan *financial risk* terhadap minat penggunaan *mobile banking* Bank Muamalat. Variabel bebas memiliki pengaruh yang simultan terhadap variabel terikat. Begitu juga dengan penelitian Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara Kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank Btn Kc Banjarmasin. Dari uji tersebut, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara simultan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dua variabel bebas yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*. Sementara variabel bebas yang ketiga yaitu variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar

zakat melalui *mobile banking* pada masyarakat Kelurahan Sitamiang Baru Kota Padangsidempuan. Penjabaran ini dapat disimpulkan setelah melakukan uji t atau uji parsial terhadap data yang dikumpulkan. Kemudian, dari uji F yang dilakukan secara simultan menunjukkan hasil ketiga variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, D. (2015). *Al-Quran dan Terjemahan*. Al-Hadi Media Kreasi.
- Al-Mubarakfuri, S. S. (2017). *Tafsir Ibnu Katsir, Penerjemah Abu Ihsan Al-Atsari*. Pustaka Ibnu Katsir.
- Djaali. (2017). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiha, (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV Andi Offset.
- Fitrah, I. (2021, April 28). *Wawancara masyarakat Sitamiang Baru* [Komunikasi pribadi].
- Ikatan Bankir Indonesia. (2011). *Mengenal Operasional Perbankan*. PT. Gramedia Pustaka.
- Lidya. (2021, April 29). *Wawancara masyarakat Sitamiang Baru* [Komunikasi pribadi].
- M. Subana dan Sudrajat. (2011). *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Pustaka Setia.
- Manullang, P. S., & Atika, J. (2020). *Pengaruh Zakat terhadap Rasio Net Profit Margin (NPM) pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk*. 1(1), 19.
- Napitupulu, R. M., Lubis, R. H., & Sapna, F. P. (2021). *Perilaku Berzakat di Masa Pandemi COVID-19*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
- Nugroho J. Setiadi. (2010). *Setiadi, Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Salsabilla, S., & Zuliestiana, D. A. (t.t.). *ANALISIS MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK BRI DI INDONESIA, DARI PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO*. 8.
- Samsul. (2021, April 28). *Wawancara masyarakat Sitamiang Baru* [Komunikasi pribadi].
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Umrotul Khasana. (2010). *Manajemen Zakat Modern*. UIN-Maliki Press.
- Wiji Nurastuti. (2011). *Teknologi Perbankan*. : Graha Ilmu.