

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai penerimaan seseorang dalam menggunakan Digital Zakat Payment dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Setelah melalui berbagai pengujian dan analisis menggunakan SmartPLS 3 serta pembahasan secara rinci, maka penulis menyimpulkan penelitian sebagai berikut. Hasil pengujian hipotesis secara langsung pada penelitian ini diperoleh bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behaviour intention*. Kemudian variabel *Facilitating Conditions* dan *behaviour intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behaviour*. Adapun hasil dari penjabaran dan pembahasan tersebut, maka dapat didapatkan kesimpulan berikut:

1. *Performance Expectancy* (X1) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat X1.2 sebesar 4,338 sedangkan yang dapat memperlemah adalah X1.1 yaitu sebesar 4,069 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,305. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Performance expectancy* (X1) yaitu t-statistik 2,951 > 1,657, nilai koefisien jalur sebesar 0,305 dan pada kolom P Values 0,002 < 0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Artinya adanya harapan kinerja tingkat kepercayaan muzaki menggunakan *Digital Zakat Payment* dapat memberikan keuntungan dalam membayar zakat, seperti waktu manfaat yang lebih singkat dan pembayaran zakat dapat dilakukan tanpa harus pergi ke kantor lembaga amal.
2. *Effort Expectancy* (X2) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat X2.3 sebesar 4,292 sedangkan yang dapat memperlemah adalah X2.1 yaitu sebesar 3,985 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,198. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Effort Expectancy* (X2) yaitu t-statistik 1,683 > 1,657, nilai koefisien jalur sebesar 0,198 dan pada kolom P Values 0,047 < 0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ekspektasi usaha

- menunjukkan jika semakin tinggi tingkat kemudahan suatu teknologi seperti *digital zakat payment* maka akan sangat mempengaruhi minat individu menggunakan teknologi tersebut.
3. *Social Influence* (X3) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat X3.2 sebesar 3,746 sedangkan yang dapat memperlemah adalah X3.1 yaitu sebesar 3,538 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,144. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Social Influence* (X3) yaitu t-statistik 1,654 < 1,657, nilai koefisien jalur sebesar 0,144 dan pada kolom P Values 0,049 > 0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Sehingga penerimaan dan penggunaan *Digital Zakat Payment* dipengaruhi oleh dukungan orang sekitar, dukungan lingkungan, saran dan rekomendasi orang lain yang menggunakan *Digital Zakat Payment*.
 4. *Facilitating Conditions* (X4) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat X4.4 sebesar 3,915 sedangkan yang dapat memperlemah adalah X4.1 yaitu sebesar 3,715 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,201. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Facilitating Conditions* (X4) yaitu t-statistik 1,705 < 1,657, nilai koefisien jalur sebesar 0,201 dan pada kolom P Values 0,044 < 0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh dan signifikan positif terhadap *Behavior Intention*. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya kondisi fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention, dengan kata lain bahwa kondisi fasilitas berpengaruh terhadap minat muzakki menggunakan teknologi *Digital Zakat Payment*.
 5. *Facilitating Conditions* (X4) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat Y.3 sebesar 4,208 sedangkan yang dapat memperlemah adalah Y.2 yaitu sebesar 3,969 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,238. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Facilitating Conditions* (X4) yaitu t-statistik 2,734 < 1,657, nilai koefisien jalur sebesar 0,238 dan pada kolom P Values 0,003 > 0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior* (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa kondisi

fasilitasi merupakan bentuk tersedianya infrastruktur pada platform pembayaran zakat digital yang mendukung muzaki untuk membayar zakat secara digital.

6. *Behavior Intention* (Y) jika dilihat dari nilai mean indikator yang dapat memperkuat Z.2 sebesar 3,492 sedangkan yang dapat memperlemah adalah Z.3 yaitu sebesar 3,054 dan berdasarkan uji *f-square effect size* memiliki nilai sebesar 0,542. Sedangkan Uji hipotesis dengan perhitungan *bootstrapping* yang menunjukkan nilai pada variabel *Behavior Intention* (Y) yaitu t-statistik statistik $6,503 < 1,657$, nilai koefisien jalur sebesar 0,542 dan pada kolom P Values $0,000 > 0,05$ maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior* (Z). Hasil penelitian yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi niat seseorang dalam menggunakan *Digital Zakat Payment*, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku aktual penggunaan *Digital Zakat Payment* tersebut.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa implikasi yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* pada *digital zakat payment* ini adalah tingkat kepercayaan muzaki menggunakan platform pembayaran zakat digital dapat memberikan keuntungan dalam membayar zakat, seperti waktu manfaat yang lebih singkat dan pembayaran zakat dapat dilakukan tanpa harus pergi ke lembaga amal. Semakin tinggi ekspektasi kinerja muzaki terhadap platform pembayaran zakat digital maka akan berimplikasi pada munculnya niat seseorang untuk membayar zakat menggunakan platform pembayaran zakat digital. Karena Ekspektasi kinerja merupakan sejauh mana seseorang beranggapan bahwa dengan menggunakan *digital zakat payment* akan membantunya untuk menggapain keuntungan dalam mencapai kinerja pekerjaannya.
2. *Effort Expectancy* pada *digital zakat payment* ini adalah yang mewakili indikator persepsi kemudahan, kompleksitas dan kemudahan penggunaan *Digital Zakat Payment*. Maka semakin tinggi tingkat kemudahan suatu teknologi seperti *digital zakat payment* maka akan berimplikasi untuk mempengaruhi minat individu menggunakan teknologi tersebut. Karena ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan pengguna sistem yang

akan dapat meminimalisir upaya (tenaga dan waktu) perorang dalam melakukan suatu pekerjaan.

3. *Social Influence* pada *digital zakat payment* ini adalah suatu yang dipengaruhi oleh dukungan orang sekitar, dukungan lingkungan, saran dan rekomendasi orang lain yang menggunakan *Digital Zakat Payment*. Maka semakin tinggi dorongan lingkungan sekitar muzaki seperti keluarga, rekan kerja, komunitas, dan organisasi amal maka akan berimplikasi untuk mempengaruhi muzaki membayar zakat menggunakan pembayaran zakat digital. Karena pengaruh sosial merupakan tingkat kepentingan yang dirasakan individu atas kepercayaan orang lain terhadap dirinya untuk menggunakan teknologi baru.
4. *Facilitating Conditions* pada *digital zakat payment* ini adalah faktor pendukung atau hambatan yang dirasakan dalam lingkungan yang mempengaruhi persepsi seseorang tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan sesuatu. Maka semakin baik infrastruktur organisasi dan teknis yang ada untuk mendukung teknologi *Digital Zakat Payment*, maka akan semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan teknologi *Digital Zakat Payment*. Karena kondisi yang memfasilitasi ini merupakan tingkat sejauh mana seorang individu yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tercipta untuk mendukung sistem.
5. *Behavior Intention* pada *digital zakat payment* ini adalah kondisi yang menunjukkan pengguna mempunyai niat untuk memanfaatkannya dalam lingkungannya maka pengguna akan mencapai hasil yang diinginkannya dan menggunakan dalam jangka waktu yang akan datang pada aktifitas pembayaran zakat. Maka semakin tinggi niat seseorang dalam menggunakan *Digital Zakat Payment*, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku aktual penggunaan *Digital Zakat Payment* tersebut. Implikasinya adalah bahwa Lembaga amal harus mempertahankan tingkat *behavior intention*-nya agar *use behaviour* semakin tinggi. Karena niat perilaku merupakan tingkat keinginan atau niat pengguna menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi.
6. *Use Behavior* pada *digital zakat payment* ini adalah intensitas pengguna dalam menggunakan suatu teknologi yang baru. Maka semakin tinggi perilaku menggunakan maka semakin menggambarkan intensitas perilaku menggunakan platform

pembayaran zakat digital. Karena perilaku penggunaan merupakan tingkat frekuensi atau seberapa sering pengguna menggunakan teknologi tersebut.

C. Saran

1. Bagi Peneliti yang selanjutnya akan meneliti tentang *digital zakat payment* diharapkan dapat menambahkan indikator dan faktor yang baru dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih tepat dan model yang bagus. Metode yang digunakan dalam tesis ini adalah metode partial least square untuk melihat pengaruh Kualitas *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* terhadap *behaviour intention*. Kemudian untuk melihat pengaruh *Facilitating Conditions* dan *behaviour intention* terhadap *Use Behaviour*. Pembaca yang tertarik dapat melanjutkan permasalahan selanjutnya dengan metode lain yang dapat digunakan seperti SEM (*structural equation modelling*) dan GME (*general maximum entropy*).
2. Bagi lembaga zakat diharapkan untuk memiliki kerja sama yang baik dan transparan terhadap platform zakat digital agar kepercayaan dan keinginan muzakki untuk berzakat melalui digital meningkat. Karena kini sudah memasuki kondisi yang serba digital, ada baiknya sosialisasi dilakukan dengan memposting konten video, foto atau artikel yang dibuat oleh orang-orang berpengaruh yang dapat dijadikan teladan bagi masyarakat.