

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Kudus merupakan kelompok fakultas di bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam. FEBI IAIN Kudus memiliki 5 program studi yaitu:

1) **Manajemen Zakat dan Wakaf**

Program studi yang memberikan pengetahuan dan wawasan kepada mahasiswa tentang bagaimana cara mengelola dana zakat dan dana amil di suatu lembaga wakaf maupun zakat secara amanah dan profesional melalui pemanfaatan teknologi informasi yang ada. Disamping itu juga dapat mengetahui bagaimana cara menghimpun dana zakat, infak, sedekah dan wakaf dan juga mampu menerapkan ketentuan zakat sebagai pengurang pajak.

2) **Manajemen Bisnis Syariah**

Program studi Manajemen Bisnis Syariah yang ada di fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Kudus memiliki perbedaan dengan program studi manajemen yang ada di fakultas kampus lain, perbedaannya yaitu pada muatan-muatan keagamaan dalam menjalankan bisnis hal ini dikarenakan banyak sekali mata kuliah keagamaan, dimana hal tersebut tidak dimiliki oleh prodi manajemen yang ada di fakultas umum. Kelulusannya juga mempunyai perbedaan dengan prodi manajemen yang lain karena lulusan dari Program studi Manajemen Bisnis Syariah dalam bekerja dan menciptakan pekerjaan bisa menjalankan pekerjaan sesuai dengan syariah.

3) **Ekonomi Syariah**

Program Studi Ekonomi Syariah adalah dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi. Tidak sama dengan prodi-prodi

ekonomi di perguruan tinggi yang lain, prodi ekonomi syariah mempunyai kekhususan di bidang kajian ekonomi yang berbasis pada ajaran Islam. Di samping itu ekonomi Islam yang dikembangkan berbasis Islam Terapan sehingga tidak hanya pada tataran teori tetapi terimplemantasikan dalam realitas kehidupan nyata.

- 4) Akuntansi Syariah
Akuntansi Syariah adalah sebuah program studi di bidang akuntansi yang berbasis syariah.
- 5) Perbankan Syariah
Perbankan Syariah adalah sebuah program studi di bidang keuangan dan perbankan yang berbasis syariah.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam¹

- 1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 - (a) Menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
 - (b) Menyiapkan lulusan yang memiliki integritas sebagai sarjana pembelajar dan memiliki kemampuan akademik dan professional dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis Islam melalui Islam terapan.
 - (c) Menyiapkan calon entrepreneur yang kreatif dan inovatif serta memiliki daya saing di tingkat nasional dalam dunia kerja dan berwirausaha.
 - (d) Menghasilkan riset-riset di bidang ekonomi dan bisnis Islam sehingga mampu berperan dalam mewujudkan masyarakat yang madani demokratis dan bermoral Islam.
 - (e) Menjadi salah satu fakultas unggul di bidang ekonomi dan bisnis Islam serta menjadi rujukan bagi calon mahasiswa di tingkat nasional.

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, “Visi dan Misi FEBI IAIN Kudus”, diakses pada tanggal 15 April 2021, <https://febi.iainkudus.ac.id/index.php?page=detil&id=56313>

- 2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 - (a) Mengembangkan program studi sebagai *Center of Islamic Learning* ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
 - (b) Menyiapkan lulusan yang professional dan siap mengelola Lembaga Keuangan dan bisnis Islam sehingga mampu memenuhi tuntutan pasar industry.
 - (c) Membentuk lulusan Sarjana Ekonomi yang berkualitas: berfikir ilmiah, berbudaya akademik, berperilaku anggun dan produktif dalam ilmu dan amal.
 - (d) Menjalin kerjasama dengan berbagai Lembaga Keuangan Syariah, baik dalam skala regional maupun nasional di bidang Pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.
 - (e) Mengembangkan perberdayaan ekonomi dan bisnis Islam dengan nilai-nilai kearifan lokal.

c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan : Dr. Supriyadi, SH., MH.

Wakil Dekan 1: Dr. Hj. Anita Rahmawaty, M.Ag.

Wakil Dekan 2: Dr. H. Solikhul Hadi, M.Ag.

- 1) Ketua Prodi Manajemen Bisnis dan Syariah :
Dr. Ekawati Rahayu Ningsih, S.H., M.M.
- 2) Ketua Prodi Ekonomi Syariah :
Surepno, M.Si.
- 3) Ketua Prodi Akuntansi Syariah :
Tina Martini, S.E., M.Si.
- 4) Ketua Prodi Perbankan Syariah :
Kharis Fadlullah Hana, M.E.
- 5) Ketua Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf :
Moh. Nurul Qomar, M.El.

Staff Administrasi

- 1) Kepala Bagian
TU : Rohmadi, S.Ag.,

- 2) Kepala Sub. Bag. Akademik dan Kemahasiswaan : Sri Anah, S.Kom.,
 - 3) Analis Pengelola APBN : Munawaroh, S.E.I.
 - 4) Caraka : Fathoni
 - 5) Pengadministrasi Umum :
 - a) Syaidatul Khoiriyah, SH.
 - b) Zaenuri, S.Ag.,
 - c) Nuzul Istifada, S.Pd.,
- Pengadministrasi Lab. Akuntansi Syariah : Asmui
- Pengadministrasi Lab. Perbankan Syariah : Ansyori
- Pengadministrasi Lab. Ekonomi Syariah : Suparjo

d. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017

Mahasiswa IAIN Kudus dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017, yang terbagi dalam beberapa program studi, yaitu mahasiswa dari program studi Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah dan Perbankan Syariah, dengan rincian jumlah mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.1. Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2017

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Manajemen Zakat dan Wakaf	53
2	Manajemen Bisnis Syariah	214
3	Ekonomi Syariah	226
4	Akuntansi Syariah	73
5	Perbankan Syariah	71
TOTAL		637 Mahasiswa

2. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji secara keseluruhan hasil penelitian yang didasarkan pada suatu sampel penelitian.² Analisis ini berfungsi untuk memberikan suatu gambaran umum terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel penelitian.³ Statistik deskriptif ini disajikan untuk memberikan suatu informasi tentang data karakteristik responden. Dalam penelitian ini identitas responden ditinjau berdasarkan jenis kelamin, usia, program studi, angkatan responden, frekuensi penggunaan *fintech*, keperluan penggunaan *fintech*, dan produk *fintech* yang pernah digunakan oleh responden. Sebagaimana terlihat pada penjelasan di bawah ini:

1) Menurut Jenis Kelamin

Responden yang berminat maupun tidak berminat dalam berdonasi melalui *fintech* memiliki jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	18	20,9
2	Perempuan	68	79,1
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 18 responden laki-laki atau setara dengan 20,9% dan selebihnya adalah responden perempuan yaitu 68 responden atau

²Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 185.

³Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 29.

setara dengan 79,1% dari total keseluruhan yaitu 86 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang lebih berminat untuk berdonasi melalui *fintech* adalah responden yang berjenis kelamin perempuan, sehingga jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

2) Menurut Usia

Usia responden yang berminat berdonasi melalui *fintech* yaitu di antara 20 – 25 tahun. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	20	7	8,1
2	21	55	64,0
3	22	21	24,4
4	23	3	3,5
5	24	0	0
6	25	0	0
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa, mayoritas usia responden adalah 21 tahun yaitu sebanyak 55 responden (64,0%), kemudian usia 22 tahun sebanyak 21 responden (24,4%), usia 20 tahun yaitu sebanyak 7 responden (8,1%), dan usia 23 tahun sebanyak 3 responden (3,5%). Hal tersebut dapat diketahui bahwa dari 86 responden tersebut adalah termasuk generasi Z, karena mereka berusia pada rentang 20 – 23 tahun, dimana hal ini berarti mereka lahir pada tahun 1998 – 2000 dan keseharian mereka tidak dapat terlepas dari *gadget* dan internet. Jika para responden ini diprospek untuk berdonasi melalui *fintech* maka akan dapat

membantu pemerintah untuk mengatasi kemiskinan di negeri ini.

3) Menurut Program Studi

Program studi responden dibedakan ke dalam lima kelompok, yaitu program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Manajemen Bisnis Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah dan Perbankan Syariah. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Manajemen Zakat dan Wakaf	27	31,4
2	Manajemen Bisnis Syariah	23	26,7
3	Ekonomi Syariah	15	17,4
4	Akuntansi Syariah	8	9,3
5	Perbankan Syariah	13	15,1
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 86 responden tersebut, 31,4% adalah mahasiswa dari program studi Manajemen Zakat dan Wakaf yaitu sebanyak 27 responden, 26,7% dari prodi Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 23 responden, 17,4% dari prodi Ekonomi Syariah sebanyak 15 responden, 9,3% dari prodi Akuntansi Syariah sebanyak 8 responden dan sisanya 15,1% dari prodi Perbankan Syariah yaitu sebanyak 13 responden. Hal ini menggambarkan bahwa yang mendominasi adalah responden dari program studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

4) Menurut Angkatan

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	2017	86	100
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel 4.5 menggambarkan mayoritas responden adalah tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus dari angkatan 2017, yaitu sebanyak 86 orang (100%). Hal ini dapat diketahui bahwa kuesioner yang disebar oleh peneliti tepat sasaran yaitu kepada mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 sesuai dengan objek yang diteliti.

5) Menurut Frekuensi Penggunaan *Fintech*

Frekuensi penggunaan *fintech* dibedakan ke dalam 5 kelompok, sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *Fintech*

No	Frekuensi Penggunaan <i>Fintech</i>	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Satu Kali	4	4,7
2	Dua Kali	9	10,5
3	Tiga Kali	4	4,7
4	Lebih dari Tiga Kali	53	61,6
5	Belum pernah sama sekali	16	18,6
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa pada butir pertanyaan frekuensi penggunaan *fintech*, mayoritas responden menggunakan *fintech* lebih dari tiga kali yaitu ada sebanyak 53 responden (61,6%), sedangkan yang hanya menggunakan *fintech* satu kali ada sebanyak 4 responden, menggunakan *fintech* dua kali sebanyak 9 responden dan yang menggunakan *fintech* tiga kali sebanyak 4 responden. Hal ini dapat diketahui bahwa ada sebanyak 16 responden (18,6%) yang belum pernah menggunakan *fintech* sama sekali.

6) Menurut Keperluan Penggunaan *Fintech*

Keperluan penggunaan *fintech* dapat digunakan untuk pembayaran (*payment*), digital banking, pinjaman, berdonasi, bahkan dapat pula digunakan untuk membayar zakat, infaq maupun shadaqah. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.7
Jumlah Responden Berdasarkan Keperluan
Penggunaan *Fintech*

No	Keperluan Penggunaan <i>Fintech</i>	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pembayaran (Payment)	56	65,1
2	Digital Banking	12	14,0
3	Pinjaman	1	1,2
4	Donasi	1	1,2
5	Bayar zakat, infaq maupun shadaqah	0	0
6	Belum Pernah Menggunakan	15	17,4
7	Lainnya	1	1,2
	Total	86	100

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.7 di atas menggambarkan bahwa dari 86 responden tersebut, terdapat sebanyak 56 orang (65,1%) yang menggunakan *fintech* untuk keperluan pembayaran (*payment*) dan rata-rata menggunakan *fintech* lebih dari tiga kali. Sedangkan penggunaan *fintech* dalam hal digital banking ada sebanyak 12 orang (14,0%) yang menggunakannya, untuk keperluan pinjaman dan donasi ada sebanyak masing-masing satu orang. Di samping itu juga, ada sebanyak 15 responden yang belum pernah menggunakan *fintech* dan bahkan ada satu responden yang semua pernah menggunakannya yaitu mulai dari untuk keperluan pembayaran, digital banking, pinjaman, donasi, bayar zakat, infaq dan shadaqah, yang terlihat pada keterangan lainnya. Hal ini berarti terdapat responden yang pernah membayar berdonasi dan membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*.

7) Menurut Produk *Fintech* yang Pernah Digunakan

Ada beberapa produk *fintech* yaitu seperti ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, dan lain sebagainya. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Jumlah Responden Berdasarkan Produk *Fintech* yang Pernah Digunakan

No	Produk <i>Fintech</i> yang Pernah Digunakan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	ShopeePay dari Shopee	55	64,0
2	LinkAja	4	4,7
3	Dana	5	5,8
4	OVO	7	8,1
5	Belum pernah menggunakan	11	12,8
6	Lainnya	4	4,7

	Total	86	100
--	-------	----	-----

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa, ada sebanyak 55 responden yang menggunakan ShopeePay dari Shopee yang rata-rata keperluan penggunaannya adalah untuk pembayaran dan menggunakannya lebih dari tiga kali. LinkAja ada sebanyak 4 responden yang telah menggunakannya, Dana ada sebanyak 5 responden dan yang pernah menggunakan OVO ada sebanyak 7 responden. Hal ini menggambarkan ada sebanyak 11 responden yang belum pernah menggunakan produk-produk *fintech* tersebut, akan tetapi ada sebanyak 4 responden yang menggunakan produk *fintech* selain dari ShopeePay, LinkAja, Dana dan OVO, yaitu mereka pernah menggunakan produk *fintech* dari Jenius, Gopay, dan Mobile Banking.

8) Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada responden, maka hasil respon responden terhadap beberapa pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Respon Responden

Variabel	Item	total STS	(%)	total TS	(%)	Total R	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	1	1	1,2	1	1,2	2	2,3	22	64,0	27	31,4
	2	1	1,2	0	0	9	10,5	61	70,9	15	17,4
	3	1	1,2	0	0	8	9,3	48	55,8	29	33,7
	4	1	1,2	1	1,2	6	7,0	46	53,5	32	37,2
	5	1	1,2	1	1,2	6	7,0	53	61,6	25	29,1
	6	1	1,2	3	3,5	12	14,0	50	58,1	20	23,3
	7	1	1,2	0	0	17	19,8	50	58,1	18	20,9
	8	1	1,2	1	1,2	8	9,3	49	57,0	27	31,4
Persepsi Manfaat (X2)	1	1	1,2	1	1,2	6	7,0	48	55,8	30	34,9
	2	1	1,2	0	0	11	12,8	52	60,5	22	25,6
	3	1	1,2	0	0	4	4,7	57	66,3	24	27,9
	4	1	1,2	0	0	10	11,6	57	66,3	18	20,9
	5	1	1,2	0	0	4	4,7	58	67,4	23	26,7
	6	1	1,2	0	0	7	8,1	63	73,3	15	17,4
	7	1	1,2	0	0	8	9,3	58	67,4	19	22,1
	8	3	3,5	0	0	4	4,7	60	69,8	19	22,1
Persepsi Keamanan (X3)	1	1	1,2	0	0	17	19,8	50	58,1	18	20,9
	2	2	2,3	4	4,7	26	30,2	48	55,8	6	7,0
	3	1	1,2	6	7,0	22	25,6	46	53,5	11	12,8
	4	2	2,3	1	1,2	14	16,3	59	68,6	10	11,6
	5	1	1,2	1	1,2	19	22,1	57	66,3	8	9,3
	6	1	1,2	0	0	23	26,7	51	59,3	11	12,8
	7	2	2,3	1	1,2	18	20,9	55	64,0	10	11,6
	8	1	1,2	2	2,3	9	10,5	59	68,6	15	17,4
Minat Berdonasi (Y)	1	1	1,2	2	2,3	13	15,1	53	61,6	17	19,8
	2	2	2,3	1	1,2	19	22,1	50	58,1	14	16,3
	3	1	1,2	1	1,2	11	12,8	58	67,4	15	17,4
	4	1	1,2	2	2,3	9	10,5	57	66,3	17	19,8
	5	1	1,2	1	1,2	9	10,5	67	77,9	8	9,3
	6	1	1,2	2	2,3	13	15,1	60	69,8	10	11,6
	7	1	1,2	1	1,2	17	19,8	55	64,0	12	14,0
	8	1	1,2	0	0	11	12,8	61	70,9	13	15,1

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tampilan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa:

- a) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)
 - (1) Item 1 yaitu pada pernyataan “penggunaan aplikasi *fintech* untuk berdonasi sangat mudah dipahami sehingga saya mampu melakukannya sendiri tanpa meminta bantuan orang lain”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 2,3%, setuju 64,0% dan sangat setuju 31,4%.

- (2) Item 2 yaitu pada pernyataan “cara pembayaran donasi via *e-commerce* dan *e-wallet* mudah dipahami”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 10,5%, setuju 70,9% dan sangat setuju 17,4%.
- (3) Item 3 yaitu pada pernyataan “pembayaran donasi menggunakan via QR Code sangat praktis digunakan.”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 9,3%, setuju 55,8% dan sangat setuju 33,7%.
- (4) Item 4 yaitu pada pernyataan “berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech* bisa diselesaikan dalam waktu yang relatif singkat”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 7,0%, setuju 53,5% dan sangat setuju 37,2%.
- (5) Item 5 yaitu pada pernyataan “saya rasa dengan adanya inovasi *fintech* pada pembayaran donasi dan zakat sangat mudah digunakan”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 7,0%, setuju 61,6% dan sangat setuju 29,1%.
- (6) Item 6 yaitu pada pernyataan “saya mudah mengingat bagaimana cara berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 3,5%, ragu 14,0%, setuju 58,1% dan sangat setuju 23,3%.

- (7) Item 7 yaitu pada pernyataan “pengisian data diri saat berdonasi via *fintech* tidak rumit”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 19,8%, setuju 58,1% dan sangat setuju 20,9%.
- (8) Item 8 yaitu pada pernyataan “pengoperasian platform *fintech* untuk berdonasi sangat praktis digunakan karena dapat diakses dimanapun dan kapanpun tanpa batas ruang dan waktu”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 9,3%, setuju 57,0% dan sangat setuju 31,4%.

b) Persepsi Manfaat (X2)

- (1) Item 1 yaitu pada pernyataan “penggunaan layanan *fintech* dapat memperlancar segala macam kegiatan donasi”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 7,0%, setuju 55,8% dan sangat setuju 34,9%.
- (2) Item 2 yaitu pada pernyataan “saya merasa dengan adanya fitur kalkulator zakat dapat membantu saya untuk mengetahui jumlah kewajiban zakat yang harus saya tunaikan”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 12,8%, setuju 60,5% dan sangat setuju 25,6%.
- (3) Item 3 yaitu pada pernyataan “layanan *fintech* dapat membantu membayar donasi di tengah aktivitas yang padat”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju

1,2%, tidak setuju 0%, ragu 4,7%, setuju 66,3% dan sangat setuju 27,9%.

- (4) Item 4 yaitu pada pernyataan “melalui *website* donasi saya mendapatkan informasi tentang syariat zakat, infaq dan shadaqah yang saya butuhkan.”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 11,6%, setuju 66,3% dan sangat setuju 20,9%.
- (5) Item 5 yaitu pada pernyataan “dengan adanya layanan *fintech* memungkinkan saya menjadi lebih cepat dalam berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah.”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 4,7%, setuju 67,4% dan sangat setuju 26,7%.
- (6) Item 6 yaitu pada pernyataan “saya senang dengan adanya fitur penghitung zakat secara otomatis dalam *fintech*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 8,1%, setuju 73,3% dan sangat setuju 17,4%.
- (7) Item 7 yaitu pada pernyataan “manfaat layanan *fintech* dapat menghemat biaya dalam aktivitas penggalangan dana”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 9,3%, setuju 67,4% dan sangat setuju 22,1%.
- (8) Item 8 yaitu pada pernyataan “manfaat layanan *fintech* menjadi

alternatif cara donasi secara online bila tidak memiliki mobile banking”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 3,5%, tidak setuju 0%, ragu 4,7%, setuju 69,8% dan sangat setuju 22,1%.

c) Persepsi Keamanan (X3)

- (1) Item 1 yaitu pada pernyataan “saya merasa transaksi donasi melalui platform *fintech* dilindungi oleh sistem *security* yang mumpuni”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 19,8%, setuju 58,1% dan sangat setuju 20,9%.
- (2) Item 2 yaitu pada pernyataan “saya rasa berdonasi menggunakan *fintech* rawan terjadi *error system*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 2,3%, tidak setuju 4,7%, ragu 30,2%, setuju 55,8% dan sangat setuju 7,0%.
- (3) Item 3 yaitu pada pernyataan “saya merasa aman seandainya saya mengirim informasi data pribadi ke platform *fintech* donasi dan saya yakin data tersebut tidak akan diubah oleh pihak ketiga”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 7,0%, ragu 25,6%, setuju 53,5% dan sangat setuju 12,8%.
- (4) Item 4 yaitu pada pernyataan “saya merasa berdonasi melalui *fintech* legal dan dilindungi hukum”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 2,3%, tidak setuju 1,2%, ragu 16,3%, setuju 68,6% dan sangat setuju 11,6%.

- (5) Item 5 yaitu pada pernyataan “berdonasi melalui *fintech* dapat memberikan jaminan keamanan atas informasi data pribadi yang saya berikan”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 22,1%, setuju 66,3% dan sangat setuju 9,3%.
- (6) Item 6 yaitu pada pernyataan “saya yakin informasi pribadi yang saya berikan kepada platform *fintech* donasi tidak akan disebarluaskan oleh pihak ketiga”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 26,7%, setuju 59,3% dan sangat setuju 12,8%.
- (7) Item 7 yaitu pada pernyataan “saya yakin data diri donatur tidak akan diperjualbelikan”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 2,3%, tidak setuju 1,2%, ragu 20,9%, setuju 64,0% dan sangat setuju 11,6%.
- (8) Item 8 yaitu pada pernyataan “saya yakin lembaga pemilik platform *fintech* donasi memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*) ketat sehingga data diri donatur tidak akan diterima oleh pihak yang tidak berkepentingan”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 2,3%, ragu 10,5%, setuju 68,6% dan sangat setuju 17,4%.
- d) Minat Berdonasi (Y)
- (1) Item 1 yaitu pada pernyataan “saya berencana akan mencoba menggunakan produk *fintech* untuk berdonasi maupun membayar zakat,

infaq dan shadaqah dalam waktu dekat”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 2,3%, ragu 15,1%, setuju 61,6% dan sangat setuju 19,8%.

- (2) Item 2 yaitu pada pernyataan “Saya berencana akan mencoba berdonasi via *e-commerce* atau *e-wallet* saja”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 2,3%, tidak setuju 1,2%, ragu 22,1%, setuju 58,1% dan sangat setuju 16,3%.
- (3) Item 3 yaitu pada pernyataan “saya tertarik menggunakan platform *fintech* untuk berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 12,8%, setuju 67,4% dan sangat setuju 17,4%.
- (4) Item 4 yaitu pada pernyataan “saya merasa saran dan opini dari orang lain (yang sudah pernah berdonasi melalui *fintech*) menumbuhkan minat saya untuk berdonasi melalui *fintech*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 2,3%, ragu 10,5%, setuju 66,3% dan sangat setuju 19,8%.
- (5) Item 5 yaitu pada pernyataan “saya yakin mengambil keputusan yang tepat untuk berdonasi maupun membayar zakat melalui *fintech*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 10,5%, setuju 77,9% dan sangat setuju 9,3%.
- (6) Item 6 yaitu pada pernyataan “saya akan terus menggunakan produk

fintech sebagai alat berdonasi baik membayar zakat, infaq dan shadaqah secara berkelanjutan di masa yang akan datang”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 2,3%, ragu 15,1%, setuju 69,8% dan sangat setuju 11,6%.

(7) Item 7 yaitu pada pernyataan “saya akan merekomendasikan orang lain untuk berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 1,2%, ragu 19,8%, setuju 64,0% dan sangat setuju 14,0%.

(8) Item 8 yaitu pada pernyataan “sisi praktis berdonasi via *fintech* membuat saya yakin untuk terus menggunakannya”, responden memiliki jawaban yaitu sangat tidak setuju 1,2%, tidak setuju 0%, ragu 12,8%, setuju 70,9% dan sangat setuju 15,1%.

b. Hasil Analisis Statistik

1) Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

(a) Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan *Software SPSS 16.0 for Windows*. Hasil reliabilitas dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,922	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat	0,912	0,60	Reliabel

(X2)			
Persepsi Keamanan (X3)	0,910	0,60	Reliabel
Minat Berdonasi (Y)	0,932	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0
(dalam lampiran)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.10 di atas, seluruh variabel dikatakan reliabel karena nilai koefisien *cronbach alpha* > 0,60. Dengan perincian variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan *cronbach alpha*-nya sebesar 0,922 > 0,60, variabel persepsi manfaat dengan *cronbach alpha*-nya sebesar 0,912 > 0,60, variabel persepsi keamanan dengan *cronbach alpha*-nya sebesar 0,910 > 0,60, dan variabel persepsi minat berdonasi dengan *cronbach alpha*-nya sebesar 0,932 > 0,60. Dengan begitu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner penelitian ini mempunyai sifat yang dapat dipercaya, dan apabila kuesioner penelitian ini dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang stabil atau konsisten dari waktu ke waktu.

(b) Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁴ Mengukur validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, untuk n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 86 dan df sehingga dapat

⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 25*, (Semarang: Undip, 2018), hlm. 51.

dihitung $86 - 2 = 84$, jadi $df = 84$ dan $\alpha=0,05$ didapat r tabel = 0,1786. Tabel 4.10 memperlihatkan hasil data yang telah diolah.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r_{tabel}	Ket.
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)			
X1.1	0,752	0,1786	Valid
X1.2	0,802	0,1786	Valid
X1.3	0,839	0,1786	Valid
X1.4	0,871	0,1786	Valid
X1.5	0,800	0,1786	Valid
X1.6	0,811	0,1786	Valid
X1.7	0,787	0,1786	Valid
X1.8	0,785	0,1786	Valid
Persepsi Manfaat (X2)			
X2.1	0,813	0,1786	Valid
X2.2	0,835	0,1786	Valid
X2.3	0,828	0,1786	Valid
X2.4	0,804	0,1786	Valid
X2.5	0,853	0,1786	Valid
X2.6	0,846	0,1786	Valid
X2.7	0,734	0,1786	Valid
X2.8	0,626	0,1786	Valid
Persepsi Keamanan (X3)			
X3.1	0,771	0,1786	Valid
X3.2	0,518	0,1786	Valid
X3.3	0,853	0,1786	Valid
X3.4	0,859	0,1786	Valid
X3.5	0,852	0,1786	Valid
X3.6	0,858	0,1786	Valid
X3.7	0,787	0,1786	Valid
X3.8	0,807	0,1786	Valid
Minat Berdonasi (Y)			
Y1.1	0,783	0,1786	Valid

Y1.2	0,766	0,1786	Valid
Y1.3	0,885	0,1786	Valid
Y1.4	0,843	0,1786	Valid
Y1.5	0,869	0,1786	Valid
Y1.6	0,847	0,1786	Valid
Y1.7	0,811	0,1786	Valid
Y1.8	0,817	0,1786	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0
(dalam lampiran)

Berdasarkan hasil uji validitas pada olahan data pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), variabel persepsi manfaat (X2), variabel persepsi keamanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu variabel minat berdonasi (Y1) memiliki nilai r hitung diatas r tabel $> 0,1786$ maka hal ini dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner penelitian ini sah atau valid sehingga kuesioner ini mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur.

2) Hasil Uji Asumsi Klasik

(a) Uji Multikolinearitas

Uji ini memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel independen, akan tetapi model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan di antara variabel independen. Hasil dari uji ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Standar nilai *tolerance* yaitu $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ dimana nilai ini yang biasanya digunakan untuk menunjukkan terjadinya multikolinearitas. Pengujian

multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan *Software SPSS 16.0 for Windows*. Hasil multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleran ce	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,257	3,887	Non Multikolinearitas
Persepsi Manfaat (X2)	0,335	2,982	Non Multikolinearitas
Persepsi Keamanan (X3)	0,367	2,722	Non Multikolinearitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0 (dalam lampiran)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12, menggambarkan bahwa tidak ada variabel bebas (independen) yang mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0,10, yaitu dapat dilihat bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,257, variabel persepsi manfaat sebesar 0,335, dan variabel keamanan sebesar 0,367. Sedangkan hasil nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama bahwa semua variabel independen mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 3,887, variabel persepsi manfaat sebesar 2,982, dan variabel keamanan sebesar 2,722. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadinya

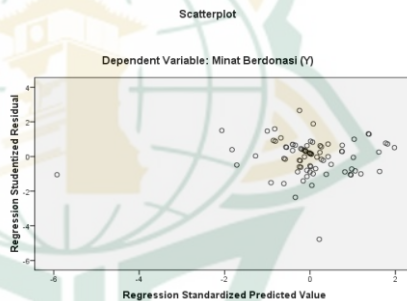
multikolinearitas diantara variabel bebas tersebut.

(b) Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat hasil uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot*.

Gambar 4.1

Output Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar pada 4.1 di atas dapat dilihat bahwa tidak adanya gambar pola yang jelas, serta adanya titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya *heteroskedastisitas*, tetapi hal ini menunjukkan terjadinya *homoskedastisitas* karena dalam model regresi *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain hasilnya tetap.

Untuk lebih menguatkan, uji heteroskedastisitas ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji park. Jika semua variabel bebas mempunyai signifikan secara statistik, maka ditemukan adanya heteroskedastisitas.

Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park

Variabel	Sig.
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,466
Persepsi Manfaat (X2)	0,519
Persepsi Keamanan (X3)	0,105

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0 (dalam lampiran)

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa, semua variabel bebas tidak ada yang signifikan yaitu lebih dari 0,05. Hal ini dapat dilihat variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai signifikansi $0,466 > 0,05$, variabel persepsi manfaat $0,519 > 0,05$, dan variabel persepsi keamanan $0,105 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi adanya *heteroskedastisitas*, hal ini juga konsisten dengan hasil uji *scatterplots* sebelumnya.

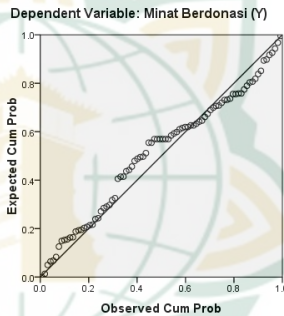
(c) Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Dengan cara diujikan pada setiap masing-masing variabel penelitain, yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan. Pengujian ini menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data dapat dikatakan terdistribusi normal jika

memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Unstandardized Residual	
N	86
Kolmogorov-Smirnov Z	1,054
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,216

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0 (dalam lampiran)

Pada grafik normal P.P Plot di atas, titik-titik menyebar secara berhimpitan disekitar diagonal dan ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi normal. Dan berdasarkan hasil uji normalitas, yang dapat dilihat pada tabel 4.14 di atas menggambarkan bahwa semua variabel terdistribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) adalah 0,216. Karena nilai signifikansinya sebesar $0,216 > 0,05$,

maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan juga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3) Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji adanya signifikan atau tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih melalui koefisien regresinya.⁵ Uji regresi linier berganda pada penelitian ini dengan maksud untuk menganalisis variabel bebas yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap variabel terikat yaitu minat berdonasi. Untuk mengetahui hubungannya dalam persamaan regresi, maka dapat disajikan ke dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Output Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B		
(Constant)	3,127	1,258	0,212
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,106	0,801	0,425
Persepsi Manfaat	0,415	3,300	0,001
Persepsi Keamanan	0,365	3,310	0,001
F	45,638		0,000

⁵Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 107.

<i>Adjusted R Square</i>	0,612
--------------------------	-------

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16.0 (dalam lampiran)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas, dapat dilihat bahwa pada kolom B yaitu *constant* adalah 3,127, sedangkan untuk persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,106, persepsi manfaat adalah 0,415, dan untuk persepsi keamanan adalah 0,365. Maka dapat disajikan dengan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,127 + 0,106 X_1 + 0,415X_2 + 0,365X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- (a) Nilai *constant* tersebut adalah 3,127. Hal ini berarti, jika tidak terdapat variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan atau dalam hal ini nilai X_1 , X_2 dan X_3 adalah 0, maka variabel minat berdonasi mahasiswa melalui *fintech* ada sebesar 3,127.
- (b) Nilai koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,106, itu artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) meningkat sebesar 1% dengan menggunakan asumsi bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi keamanan dan konstanta adalah bernilai 0. Sehingga minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech* meningkat sebesar 0,106. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki kontribusi positif terhadap minat donasi, sehingga semakin tinggi

mahasiswa percaya jika berdonasi melalui *fintech* itu mudah digunakan, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

(c) Nilai koefisien regresi persepsi manfaat adalah 0,415, itu artinya jika variabel persepsi manfaat (X_2) meningkat sebesar 1% dengan menggunakan asumsi bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan dan konstanta adalah bernilai 0. Sehingga minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech* meningkat sebesar 0,415. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki kontribusi positif terhadap minat donasi, sehingga semakin mahasiswa percaya jika berdonasi menggunakan *fintech* dapat memberikan manfaat, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

(d) Nilai koefisien regresi persepsi keamanan adalah 0,365, itu artinya jika variabel persepsi keamanan (X_3) meningkat sebesar 1% dengan menggunakan asumsi bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan konstanta adalah bernilai 0. Sehingga minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech* meningkat sebesar 0,365. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki kontribusi positif terhadap minat donasi, sehingga semakin mahasiswa percaya jika berdonasi melalui *fintech* dijamin keamanannya misalnya dalam hal data pribadi yang mereka berikan tidak akan

disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

4) Hasil Uji Hipotesis

(a) Uji t (Uji Parsial)

Pada pengujian uji t ini, dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Xi) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial (sendiri-sendiri). Hal ini dapat dilihat dengan nilai signifikansinya, jika nilai signifikansinya $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel maka variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh secara signifikan, dan sebaliknya. Dengan nilai t tabel yaitu : $(t \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1) = t (0,05/2 ; 86-3-1) = t (0,025 ; 82) = 1.98932)$, jadi t tabelnya sebesar 1.98932.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 di atas, maka dapat dianalisa sebagai berikut:

(1) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hasil uji t pada variabel persepsi kemudahan penggunaan di dapat nilai t hitung sebesar 0,801 dengan nilai signifikansi sebesar 0,425. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0,801 < 1,98932$ dan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ($0,425 > 0,05$), maka dapat diambil keputusan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat berdonasi mahasiswa melalui *fintech*. Hasil

pengaruh positif tidak signifikan berarti bahwa, semakin tinggi berapapun besarnya persepsi kemudahan penggunaan yang diberikan tidak akan mempengaruhi besarnya minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

(2) Variabel Persepsi Manfaat

Hasil uji t pada variabel persepsi manfaat di dapat nilai t hitung sebesar 3,300 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,300 > 1,98932$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat berdonasi mahasiswa melalui *fintech*. Hasil berpengaruh positif signifikan berarti bahwa semakin tinggi besarnya persepsi manfaat maka semakin tinggi pula besarnya minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

(3) Variabel Persepsi Keamanan

Hasil uji t pada variabel persepsi keamanan di dapat nilai t hitung sebesar 3,310 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,310 > 1,98932$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), jadi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berdonasi mahasiswa melalui *fintech*. Hasil berpengaruh positif

signifikan berarti bahwa, semakin tinggi besarnya persepsi keamanan maka semakin tinggi pula besarnya minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

(b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya ($< 0,05$) dan membandingkan F hitung dengan F tabelnya. F tabel didapat (F tabel = $F(k ; n-k) = F(3 ; 86 - 3) = F(3 ; 83) = 2,71$), jadi didapat F tabel sebesar 2,71.

Pada tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa, nilai F_{hitung} sebesar 45,638 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($45,638 > 2,71$), maka keputusannya adalah menerima hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan persepsi keamanan (X_3) berpengaruh terhadap minat berdonasi (Y) secara bersama-sama (simultan).

(c) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Pengujian *Adjusted R Square* (R^2) ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara dua variabel yaitu variabel bebas (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan) dan variabel terikat (minat berdonasi).

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* (R^2) adalah 0,612. Dengan demikian berarti 61,2% variabel minat berdonasi dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa variabilitas variabel bebas yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan secara bersama-sama menjelaskan variabilitas variabel terikat yaitu minat berdonasi sebesar 61,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 38,8% (yang didapat dari 100% - 61,2%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat berdonasi.

Pada hasil uji *t* dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,425 > 0,05$ dan besarnya nilai *t* hitung lebih besar dari nilai *t* tabel yaitu $0,801 < 1,98932$. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol diterima atau dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berdonasi. Sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi **ditolak**.

Persepsi kemudahan penggunaan adalah adanya tingkat kepercayaan dalam diri seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu tidak membutuhkan usaha yang lebih, dalam artian mudah untuk digunakan (Venkatesh dan Davis, 2000). Suatu kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan, dimana jika seseorang percaya atau yakin bahwa dalam menggunakan suatu

sistem informasi itu mudah untuk digunakan maka akan berminat untuk menggunakannya.⁶

Allah memperbolehkan dan juga menganjurkan umat-Nya untuk melakukan segala pekerjaan yang tidak menyulitkan bagi dirinya, selama kemudahan tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam. Demikian juga dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan *fintech*, jika kemudahan yang diberikan oleh *fintech* tidak bertentangan dengan syariat Islam maka hal itu boleh untuk dilakukan. Sesuai firman Allah SWT dalam QS. Al-A'la' ayat 8:

إِنَّا إِلَىٰ رَبِّكَ الرَّجْعَىٰ { ٨ }

Artinya: “Dan Kami akan memudahkan bagimu ke jalan kemudahan (mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat).”⁷

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa dengan adanya fasilitas kemudahan yang diberikan, yaitu kemudahan berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah menggunakan *fintech* tidak menimbulkan minat dalam diri mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2017. Hal ini dapat diartikan bahwa rendahnya tingkat kepercayaan atau tidak adanya keyakinan dalam diri mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 jika berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech* itu mudah untuk digunakan dan mudah dipahami. Maka dari itu, kemudahan yang diberikan oleh *fintech* harus lebih ditingkatkan supaya para mahasiswa berminat untuk berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rohmah, dkk (2020) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel

⁶Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hartono Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan”, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, no. 2 (2018), 701.

⁷Alquran, Al-A'la' ayat 8, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 591.

kemudahan dengan variabel minat.⁸ Tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wildan (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.⁹ Demikian pula dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yanto, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada persepsi kemudahan terhadap minat pemakaian *fintech*. Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Zahroh (2019) yang menyatakan bahwa dengan adanya implementasi atau penerapan *fintech* pada e-zakat memberikan kemudahan bagi penggunaannya, dimana memberikan dampak yang meningkat pada pendapatan dana zakat yang diterima.¹⁰

2. Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat berdonasi.

Pada hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$ dan besarnya nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,300 > 1,98932$. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol ditolak atau dapat dinyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi. Maka dari itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi **diterima**.

Persepsi manfaat adalah adanya keyakinan atau kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu

⁸Isnaini Lailatul Rohmah, dkk., “Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh”, *Jurnal Ekonomi Islam*, no. 1 (2020).

⁹Muhammad Wildan, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)*”, (skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2019).

¹⁰Fathimatuz Zahroh, “Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech dalam E-Zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat Oleh Lazizmu dan Nurul Hayat, (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

sistem tertentu akan meningkatkan sebuah kinerjanya (Venkatesh dan Davis, 2000). Dengan demikian, seseorang akan mengambil sebuah keputusan jika seseorang memiliki rasa percaya dalam dirinya bahwa suatu sistem berguna atau bermanfaat maka akan menggunakannya dan sebaliknya jika mereka merasa bahwa suatu sistem tersebut kurang berguna atau kurang bermanfaat maka tidak akan menggunakannya.¹¹

Dengan adanya diciptakan inovasi teknologi baru khususnya *fintech* pasti memberikan sebuah manfaat bagi penggunaannya. Selain itu, seperti Allah dalam menciptakan segala sesuatu tidak diciptakan dengan sia-sia, melainkan memiliki sebuah tujuan atau manfaat di dalamnya. Sesuai firman Allah dalam QS. Ali-Imran: 191.

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ
وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ
هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ { ١٩١ }

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), *Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka.*

Sehingga hal itu dapat diartikan bahwa adanya tingkat kepercayaan mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 jika berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech* mendatangkan sebuah manfaat yaitu mereka merasa berdonasi melalui *fintech* dapat memperlancar segala macam kegiatan donasi, berdonasi menjadi lebih cepat, dan dapat menghemat biaya maka

¹¹Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no. 2 (2011): 2. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>.

dari itu mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 memiliki minat untuk berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Niswah, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi.¹² Disamping itu juga penelitian yang telah dilakukan oleh Yanto, dkk (2020) juga menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian *fintech*.¹³ Hal ini membuktikan bahwa berdonasi melalui *fintech* dapat mendatangkan sebuah manfaat.

3. Persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berdonasi.

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$ dan besarnya nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,310 > 1,98932$. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol ditolak atau dapat dinyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi. Maka dari itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berdonasi **diterima**.

Persepsi keamanan adalah sejauhmana seseorang percaya bahwa informasi pribadi yang mereka berikan tidak akan dapat dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.¹⁴ Keamanan dalam hal berdonasi melalui *fintech* merupakan hal yang sangat penting, karena jika berdonasi melalui *fintech* akan menyimpan data pengguna. Maka dari itu untuk

¹²Farokhah Muzayinatun Niswah, dkk., “Muslim Millennial’s Intention Of Donating For Charity Using Fintech Platform”, *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, Vol. 5, No.3 (2019).

¹³Widi Yanto, dkk, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian *Financial Technology* Pada Aplikasi OVO sebagai Digital Payment”, *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, no. 1 (2020).

¹⁴Carlos Flaviano dan Miguel Guinalu, “Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy”, *Industrial Management & Data Systems*, no. 5 (2006), 604, doi:10.1108/02635570610666403.

menghindari suatu risiko yang tidak diinginkan, misalnya data pengguna disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, sehingga jaminan keamanan ini perlu diterapkan untuk dapat meyakinkan pengguna supaya memiliki rasa aman dan percaya dalam berdonasi melalui *fintech*. Karena dengan adanya keamanan dalam sistem pembayaran elektronik akan menghasilkan sebuah kepercayaan dalam diri pengguna, sehingga hal ini mempengaruhi sikap mereka untuk terus menggunakan *fintech* dalam hal berdonasi.

Dalam suatu kegiatan transaksi ekonomi tidak boleh mengandung unsur *gharar*, yaitu adanya ketidakpastian dalam transaksi, tipuan atau segala macam tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain. Maka dari itu suatu keamanan dalam teknologi harus dilindungi, supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Karena dengan adanya sistem keamanan yang tangguh, kuat, dan terpercaya supaya aset atau kekayaan yang tersimpan dalam data perusahaan atau lembaga tetap aman dan terlindungi dan juga informasi data pribadi tetap aman tanpa bisa disebarluaskan maupun dimanipulasi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Surat at-Takwir:

إِنَّهُ لَقَوْلُ رَسُولٍ كَرِيمٍ ﴿١٩﴾
ذِي قُوَّةٍ عِنْدَ ذِي الْعَرْشِ مَكِينٍ ﴿٢٠﴾
مُطَاعٍ ثَمَّ أَمِينٍ ﴿٢١﴾

Artinya: “Sesungguhnya (Al-Quran) itu benar-benar firman (Allah yang dibawa oleh) utusan yang mulia (Jibril). Yang memiliki kekuatan, memiliki kedudukan tinggi di sisi (Allah) yang memiliki ‘Arsy. Yang di sana (di alam malaikat) ditaati dan dipercaya.”¹⁵

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa adanya tingkat keyakinan atau kepercayaan dalam diri mahasiswa

¹⁵Alquran, At-Takwir ayat 19-21, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 586.

FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 jika berdonasi maupun membayar zakat melalui *fintech* dijamin keamanannya, dalam hal ini mereka merasa berdonasi melalui *fintech* dilindungi oleh sistem *security* yang mumpuni, rawan terjadi error system, dan data pribadi yang mereka berikan tidak akan disebarluaskan, diperjualbelikan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, maka dari itu mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 memiliki minat untuk terus berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadqah melalui *fintech*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yanto, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keamanan terhadap minat pemakaian *fintech*.¹⁶

4. Persepsi kemudahan penggunaan, manfaat dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan hasil uji F yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan diperoleh F hitung sebesar $45,638 > F$ tabel 2,71, hal ini berarti ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap minat berdonasi. Di samping itu juga, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$.

Selain itu, diperoleh juga nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,612, sehingga hal ini dapat diartikan bahwa minat berdonasi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan sebesar 6,12%. Sedangkan sisanya yaitu 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada di dalam penelitian ini. Hal ini dapat diartikan bahwa ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang sangat tinggi terhadap minat berdonasi dan pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut perlu dikaji karena persentasenya di atas 60%. Karena pengaruhnya tinggi

¹⁶Widi Yanto, dkk, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian *Financial Technology* Pada Aplikasi OVO sebagai Digital Payment", *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, no. 1 (2020).

terhadap minat, maka jika ini diteliti dan dikembangkan lebih lanjut, maka kemungkinan 61,2% minat mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech* akan naik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya kemudahan penggunaan, manfaat dan jaminan keamanan secara bersamaan, menimbulkan minat dalam diri mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 untuk berdonasi maupun membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui *fintech*. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Ali-Imran 14:

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ
الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمَسُومَةِ وَالْأَنْعَامِ
وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْبُ
الْمَعَابِ ۗ

Artinya: “Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan hewan ternak dan sawah lading. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik.”¹⁷

Hal ini menunjukkan bahwa, dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh *fintech* dan juga dapat menimbulkan suatu manfaat jika digunakan dan adanya jaminan keamanan yang terjamin menimbulkan rasa ketertarikan atau keinginan mahasiswa untuk berdonasi melalui *fintech*.

¹⁷ Alquran, Ali-Imran ayat 14, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 51.