

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
GENERASI Z DALAM MENUNAIKAN INFAQ DAN SHADAQAH MENGGUNAKAN
FINTECH PAYMENT**

Rika Sugiarti¹, Stevani Adinda Nurul Huda², Siti Aisyah³, Nur Azifah⁴
^{1,2,3,4} Universitas Gunadarma

Article History

Received : April 2025
Revised : April 2025
Accepted : Mei 2025
Published : Mei 2025

Corresponding author*:

Rika Sugiarti

Contact:

sugiartirika.2212@gmail.com

Cite This Article:

Sugiarti, R. . ., Huda, S. A. N.,
Aisyah, S., & Azifah, N. (2025).
PENGARUH LITERASI
KEUANGAN SYARIAH DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT GENERASI Z DALAM
MENUNAIKAN INFAQ DAN
SHADAQAH MENGGUNAKAN
FINTECH PAYMENT. *Jurnal
Akuntansi Dan Manajemen
Bisnis*, 5(1), 33–42.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jaman.v5i1.2137>

Abstract:

This study aims to examine the use of fintech payments on the interest in fulfilling infaq and shadaqah which is influenced by Islamic financial literacy and the trust of generation Z in West Java Province. Since the COVID-19 pandemic, the use of fintech payments as a means of payment has increased. This research method uses a quantitative approach with a data collection technique, namely purposive sampling. The initial data of this study came from a questionnaire distributed to 150 Muslim generation Z respondents aged 17-26 years old who lived in West Java Province. This study also uses secondary data from the National Amil Zakat Agency (BAZNAS), the Indonesian Fintech Association (ASFI), Bank Indonesia (BI), the Financial Services Authority (OJK), and the Central Statistics Agency (BPS). The researcher conducted several tests, including validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, t test, F test and determination coefficient. The results of the study show that Islamic financial literacy and trust affect the interest in fulfilling infaq and shadaqah using fintech payments partially and simultaneously. The implication of this study is that 150 respondents of generation Z in West Java Province make the level of Islamic financial literacy and trust as an important point in influencing interest in fulfilling infaq and shadaqah using fintech payment.

Keywords: Sharia Financial Literacy, Trust, Interest Infaq Shadaqah, Fintech Payment.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penggunaan fintech payment terhadap minat menunaikan infaq dan shadaqah yang dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah dan kepercayaan generasi Z di Provinsi Jawa Barat. Semenjak terjadi pandemi COVID-19 penggunaan fintech payment sebagai sarana pembayaran meningkat. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu purposive sampling. Data awal penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada 150 orang responden generasi Z Muslim berusia 17-26 tahun yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Asosiasi Fintech Indonesia (ASFI), Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Badan Pusat Statistik (BPS). Peneliti melakukan beberapa uji diantaranya yaitu uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan memengaruhi minat menunaikan infaq dan shadaqah menggunakan fintech payment secara parsial dan simultan. Implikasi dari penelitian ini menyebutkan bahwa 150 responden generasi Z di Provinsi Jawa Barat menjadikan tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan sebagai poin penting dalam memengaruhi minat menunaikan infaq dan shadaqah menggunakan fintech payment.

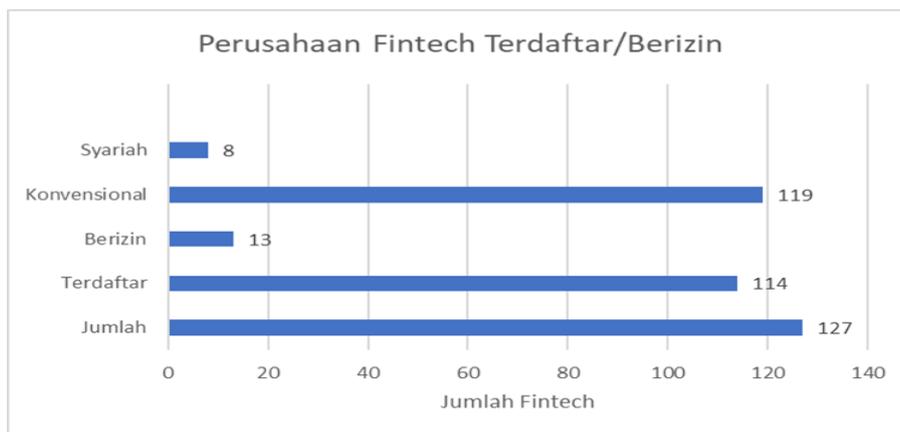
Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Minat Infaq Shadaqah, Fintech payment.

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini, membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai sektor salah satunya dalam sektor keuangan (Febiana dkk, 2022). Perkembangan ini mendorong Indonesia untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan keuangan yang mudah diakses melalui *financial technology* (Soeharjoto dkk, 2019). Perkembangan *fintech* membuka peluang besar bagi kemajuan negara, khususnya bagi umat Islam, dengan memberikan akses lebih luas terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Menurut *Financial Stability Board* (FSB), *fintech* adalah sebuah terobosan baru dalam ranah keuangan yang didasarkan pada teknologi, meliputi model bisnis aplikasi, proses, atau produk yang terkait lembaga keuangan dan penyedia layanan keuangan. Adanya *fintech* mampu menyelesaikan permasalahan dalam berbagai kegiatan transaksi seperti simpan pinjam, jual beli, investasi, dan pembayaran (BI, 2019). *Fintech payment* merupakan sektor yang sangat diminati dan mengalami perkembangan pesat di Indonesia saat ini. Pemerintah berharap sektor ini dapat membantu memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan yang inklusif (Fitriani, 2018).

Perusahaan *fintech* yang berkembang di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 127 perusahaan *fintech* yang diantaranya perusahaan yang sudah terdaftar terdapat 114 perusahaan dan perusahaan yang memiliki perizinan terdapat 13 perusahaan. Namun, hanya terdapat 8 perusahaan *fintech* yang menerapkan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah perbandingannya sangat jauh dengan perusahaan konvensional yang berjumlah 119 perusahaan.



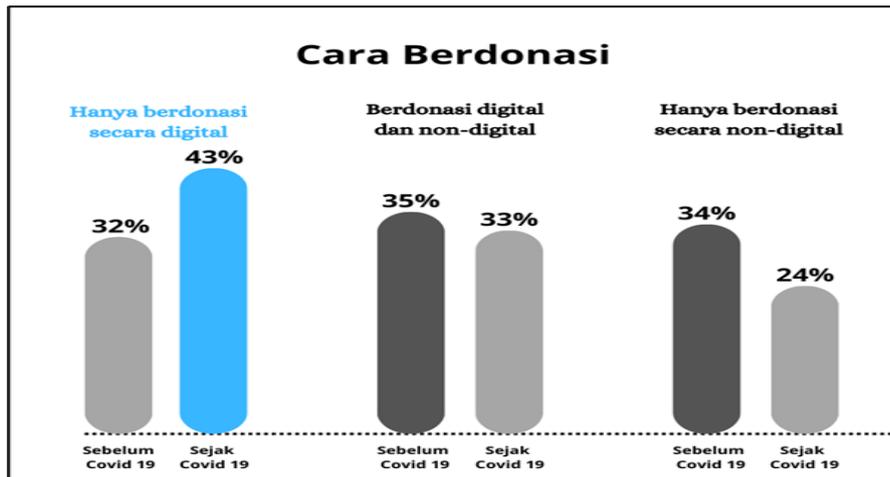
Gambar 1 *Perusahaan Fintech Terdaftar/Berizin*.
Sumber: OJK (Data per 30 september 2022)

Berdasarkan pada gambar 1, salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya jumlah perusahaan *fintech* syariah diakibatkan karena rendahnya jumlah peminatan pengguna terhadap *fintech* syariah (Soeharjoto dkk, 2019). Hal tersebut tentu harus didukung dengan adanya tingkat literasi yang tinggi tentang keuangan syariah, keterampilan praktis, keyakinan yang kokoh, serta sikap dan perilaku yang mendukung pengelolaan keuangan. Peningkatan literasi keuangan juga didukung oleh keterlibatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia. OJK bertanggung jawab untuk mengedukasi masyarakat tentang lembaga jasa keuangan dan melaksanakan fungsi pengawasan terhadap operasi lembaga jasa keuangan.

Pada tahun 2022, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa sebanyak 44,04% dari generasi Z yang berusia 18-25 tahun memiliki literasi keuangan yang cukup baik. Sedangkan literasi keuangan dalam aspek syariahnya secara global hanya sebesar 9,14% dan lingkup *fintech* sebesar 10,90% menurut OJK tahun 2022. Menurut data, generasi Z memiliki pengetahuan keuangan yang rendah karena berada di bawah 60% dalam literasi keuangan.

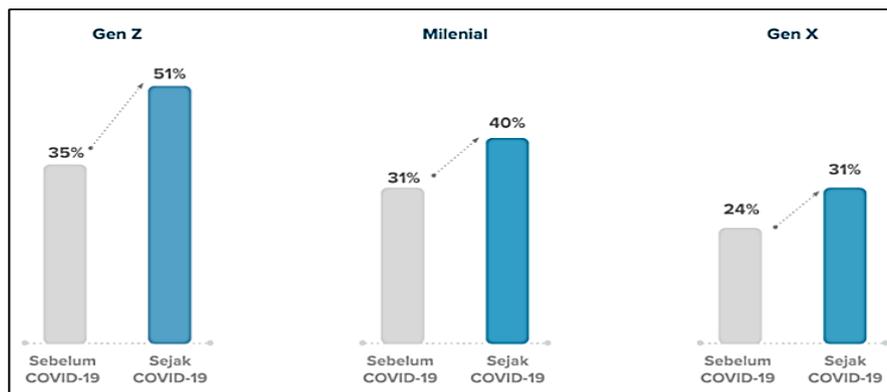
Selain itu, pemerintah dan masyarakat tidak diragukan lagi dalam mengumpulkan dana untuk kepentingan umat (Putri & Herman, 2022). Penggunaan *fintech* ini dapat membantu dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana dalam perkembangan ekonomi umat. Penggunaan *financial technology* terbukti telah mempercepat pertumbuhan pengumpulan dana infaq dan shadaqah (Soeharjoto dkk, 2019).

Selain itu, pandemi Covid-19 juga telah mempengaruhi cara masyarakat melakukan donasi secara kolektif, termasuk dalam pembayaran zakat, infaq, shadaqah, dan sumbangan umum lainnya. Data survei yang diselenggarakan oleh salah satu *e-wallet* terkemuka di Indonesia dan disajikan dalam laporan Baznas 2021 menunjukkan perubahan besar dalam pola donasi sebelum dan setelah pandemi. Survei tersebut telah menunjukkan bahwa donasi secara digital dalam penggunaannya mengalami peningkatan yang cukup besar, meningkat sebesar 43% dari sebelumnya hanya sebesar 32%.



Gambar 2 Cara Berdonasi Secara Digital dan Non Digital
 Sumber: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) 2021

Selain itu, ada peningkatan yang cukup besar dalam perilaku masyarakat untuk menyumbangkan dana secara daring di semua segmen usia setelah pandemi Covid-19 seperti generasi Z, Milenial, dan X. Menurut hasil survei, terjadi kenaikan sebesar 16% dalam jumlah donasi melalui platform digital dari generasi Z, 9% dari generasi Milenial, dan 7% dari generasi X. Ini menunjukkan bahwa selama pandemi Covid-19, semakin banyak orang dari berbagai kelompok umur cenderung melakukan donasi secara online.



Gambar 3 Persentase Donasi Berdasarkan Golongan
 Sumber: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) 2021

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, tentu saja adanya *fintech payment* dapat meningkatkan minat masyarakat dengan menyalurkan sebagian hartanya untuk berinfak dan shadaqah. Dengan potensi tersebut, maka Generasi Z juga mampu membantu dalam meningkatkan minat masyarakat dengan mengedukasi atas ketidakpahaman tentang *fintech payment* dalam berinfak dan shadaqah. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang tidak bisa mengakses aplikasi ataupun *website* karena kurangnya pemahaman tentang hal tersebut.

Guna meneliti perkembangan *fintech payment* dalam menunaikan infak dan shadaqah di Indonesia, peneliti memanfaatkan indikator literasi keuangan syariah untuk menentukan elemen-elemen yang memengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan layanan *fintech payment*. Studi ini merujuk pada riset sebelumnya yang dilaksanakan oleh Putri dan Herman pada tahun 2022. Penelitian tersebut melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menyalurkan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) secara digital di wilayah Jabodetabek. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa pandangan tentang kemudahan, manfaat, dan sikap secara signifikan memengaruhi keinginan untuk melakukan transaksi. Namun, pemahaman tentang literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap atau keinginan untuk melakukan transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam memanfaatkan *fintech payment* sebagai sarana untuk menunaikan infaq dan shadaqah. Penelitian ini menggabungkan variabel literasi keuangan syariah dan kepercayaan sebagai faktor yang mungkin memengaruhi perilaku responden dalam menunaikan infaq dan shadaqah menggunakan layanan *fintech payment*.

METODOLOGI PENELITIAN

Prosedur Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menentukan rumusan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini meneliti mengenai minat generasi Z dalam menunaikan infaq dan shadaqah melalui sarana *fintech payment*. Rumusan masalah dikuatkan tingkat urgensinya dengan mencari penelitian terkait, sehingga didapatkan variabel dan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penggunaan kuesioner dilakukan dalam rangka mengumpulkan data dari responden yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut.

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif mempunyai karakteristik yang khas yang membedakannya dengan penelitian yang lain. Variabel yang umumnya diukur menggunakan alat penelitian sehingga data numerik dapat dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai. (Achmadi dkk., 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang beragama Muslim dengan rentang usia 17-26 tahun di wilayah Jawa Barat yang berjumlah sebesar 12.965.399 jiwa. Sampel responden yang digunakan sebanyak 150 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan termasuk dalam kategori *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode di mana objek responden untuk sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu (Siregar, 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dibagi dalam dua jenis, data primer dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada 150 orang responden yang masuk kategori generasi Z, beragama Islam dengan rentang usia 17-26 tahun di wilayah Provinsi Jawa Barat. Kuesioner disebarluaskan dengan cara digital dan disebarluaskan dengan menggunakan platform pesan online. Data sekunder diperoleh dari Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Asosiasi Fintech Indonesia (ASFI), Badan Pusat Statistik (BPS), serta Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Literasi keuangan syariah (LKS) dan kepercayaan (K) adalah dua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Minat menunaikan infaq dan shadaqah (MIS) adalah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dalam memastikan dan menjaga tingkat akurat dan kepercayaan dari instrumen pengumpulan data. Teknik uji validitas yang digunakan adalah jika r hitung $\geq r$ tabel, maka skor pada pernyataan kuesioner valid. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka skor pada pernyataan kuesioner tidak valid. Teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah jika nilai alpha Cornbach $> 0,6$ maka data kuesioner reliabel. Jika nilai alpha Cornbach $< 0,6$ maka data kuesioner tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan benar-benar mencerminkan hubungan antara variabel-variabel. Uji regresi berganda merupakan metode analisis statistik yang menggambarkan korelasi antara satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat, serta membantu dalam menilai sejauh mana dampak variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga interaksi antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Mardiatmoko, 2020). Persamaan regresi berganda dapat dijelaskan melalui rumus berikut ini:

$$MIS = \alpha + \beta_1 LKS + \beta_2 K + e$$

Keterangan :

MIS : Minat Berinfaq Shadaqah

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien Regresi

LKS : Literasi keuangan Syariah

K : Kepercayaan
e : Tingkat Error

Selanjutnya dilakukan uji t (uji parsial) dimanfaatkan untuk menilai apakah setiap variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji F (uji simultan) digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara kolektif memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen. Software SPSS versi 23 digunakan dalam penelitian ini untuk membantu dalam pengolahan data yang telah diperoleh.

Keterbatasan Metodologi

Keterbatasan pengambilan jumlah sampel yang hanya 150 responden disebabkan periode penelitian yang cukup pendek dan keterbatasan peneliti dalam menjangkau responden yang lebih banyak. Sehingga hasil dan pembahasan yang dihasilkan hanya mewakili pendapat dari 150 responden yang berhasil diperoleh dan diolah.

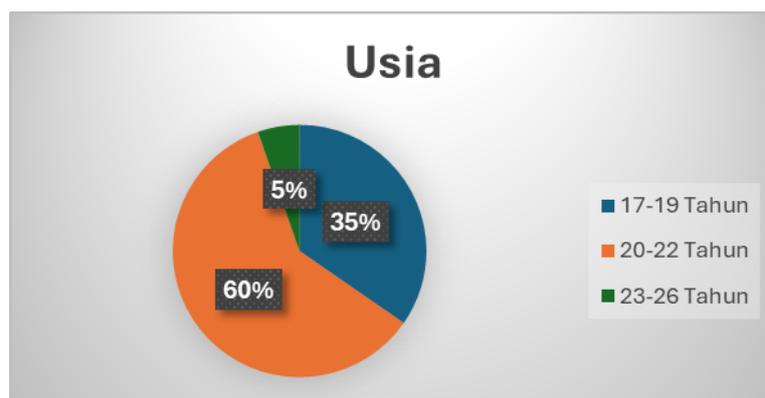
HASIL DAN PEMBAHASAN

Data-data berikut merupakan identitas dari responden yang berhasil diperoleh dan diolah. Berikut adalah data jenis kelamin dari responden.



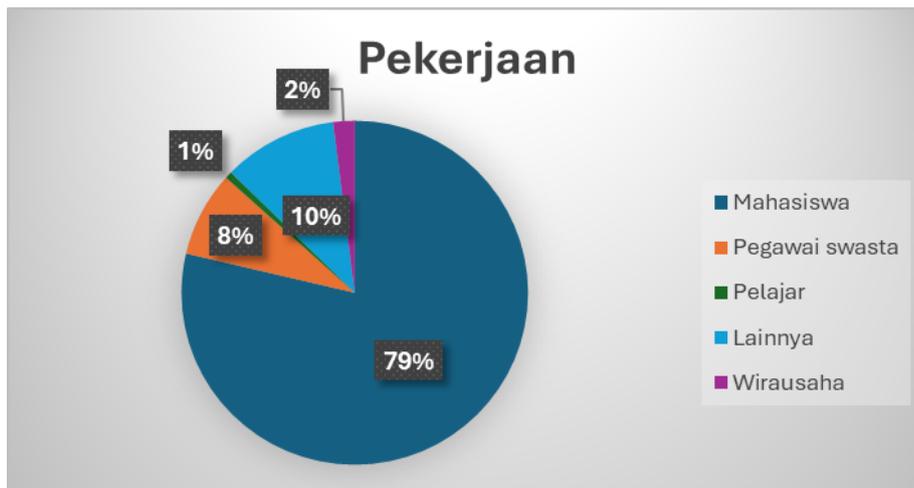
Gambar 4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data diolah dari kuesioner

Gambar 4 menunjukkan bahwa dari 150 responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 115 responden dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden. Berikut data usia dari responden.



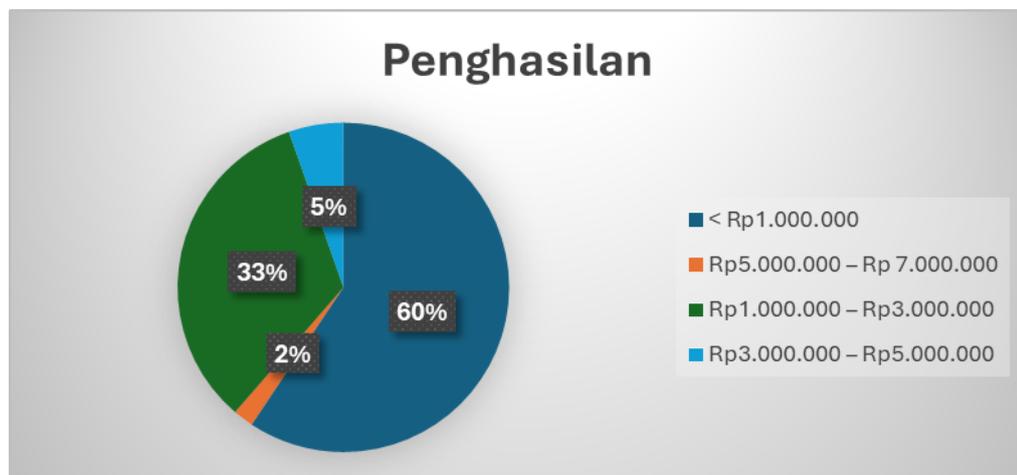
Gambar 5 Diagram Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Data diolah dari kuesioner

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 20 hingga 22 tahun yang terdiri dari 90 responden. Sementara itu, sebanyak 52 responden berusia antara 17 hingga 19 tahun, dan hanya 8 responden berusia antara 23 hingga 26 tahun. Dari penelitian ini, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 20 hingga 22 tahun. Berikut data pekerjaan dari responden.



Gambar 6 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan
 Sumber: Data diolah dari kuesioner

Gambar 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai mahasiswa, dengan jumlah mencapai 118 responden. Sisanya terdiri dari 12 responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta, 3 responden yang berprofesi sebagai wirausaha, 1 responden yang berprofesi sebagai pelajar, dan 16 responden lainnya memiliki pekerjaan lain. Berikut data pendapatan dari responden.



Gambar 7 Diagram Responden Berdasarkan Penghasilan
 Sumber: Data diolah dari kuesioner

Gambar 7 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki jumlah penghasilan kurang dari Rp.1.000.000 yaitu sebanyak 89 responden. Diikuti dengan jumlah penghasilan antara Rp. 1.000.000 sampai Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 50 responden. Lalu jumlah pendapatan Rp. 3.000.000 sampai Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 8 responden, dan pendapatan Rp. 5.000.000 sampai Rp. 7.000.000 sebanyak 3 responden.

Berikut adalah hasil regresi linear berganda yang dihasilkan dari pengolahan data yang telah berhasil dikumpulkan.

Tabel 1. Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.724	1.781		1.530	.128		
	Literasi keuangan syariah	.136	.037	.265	3.674	.000	.336	2.974
	Kepercayaan	.650	.074	.631	8.752	.000	.336	2.974

Sumber: Olahan data menggunakan *software*.

Berdasarkan pada tabel 1, model persamaan regresi yang dihasilkan adalah

$$MIS = 2.724 + 0.136LKS + 0.650K + e$$

Persamaan diatas mengindikasikan bahwa nilai konstanta bertanda positif menyatakan apabila tidak ada penambahan dari literasi keuangan syariah dan kepercayaan, maka gen Z tetap akan memiliki minat berinfaq shadaqah melalui *fintech payment*.

Koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah bertanda positif menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan pada literasi keuangan syariah sementara variabel independen lainnya tetap, maka akan ada peningkatan pada minat berinfaq shadaqah. Hal ini diartikan bahwa literasi keuangan syariah merupakan hal yang menjadi perhatian bagi gen Z dalam menumbuhkan minat berinfaq shadaqah menggunakan *fintech payment*.

Koefisien regresi variabel kepercayaan bertanda positif menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan tingkat kepercayaan sementara variabel independen lainnya tetap, maka akan ada peningkatan pada minat berinfaq shadaqah. Hal ini diartikan bahwa kepercayaan juga menjadi hal yang diperhatikan oleh gen Z dalam menumbuhkan minat berinfaq shadaqah menggunakan *fintech payment*.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel uji t yang dihasilkan dari pengolahan data yang telah berhasil dikumpulkan.

Tabel 2. Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.724	1.781		1.530	.128		
	Literasi keuangan syariah	.136	.037	.265	3.674	.000	.336	2.974
	Kepercayaan	.650	.074	.631	8.752	.000	.336	2.974

Sumber: Olahan data menggunakan *software*.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mempunyai t hitung sebesar (3,674 > 1,655) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05) artinya literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*. Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa 150 responden generasi Z di Jawa Barat berpandangan bahwa semakin meningkatnya pemahaman mengenai produk-produk institusi keuangan yang berbasis syariah, investasi sesuai prinsip syariah, praktik riba, kewajiban zakat, konsep wakaf, serta pilihan penggunaan salah satu produk tersebut (Addury dkk, 2020) merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan minat menunaikan infaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan Herman dan Putri (2022) dimana literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap dan niat transaksi ZIS secara digital. Hal tersebut dikarenakan rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di Jabodetabek pada responden penelitian terdahulu.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai t hitung sebesar (8,752 > 1,655) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05) artinya kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*. Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini pada variabel kepercayaan tersebut menunjukkan bahwa 150 responden generasi Z di Jawa Barat memiliki pandangan bahwa memiliki rasa kepercayaan dalam menggunakan *platform fintech payment* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi responden dalam menumbuhkan/meningkatkan minat menggunakan layanan pembayaran digital tersebut. Kepercayaan terhadap suatu lembaga atau kelompok yang mengumpulkan dan membagikan sumbangan infaq dan shadaqah kepada individu yang memerlukan bantuan finansial menjadi faktor penting. Hal tersebut karena masyarakat yakin lembaga tersebut mampu menjalankannya secara amanah, profesional, dan transparan. Oleh karena itu, faktor kepercayaan mampu membangun keyakinan masyarakat untuk meningkatkan minat menunaikan infaq dan shadaqah (Sobandi & Somantri, 2020). Selain itu, kepercayaan dalam penggunaan *fintech payment* dengan memanfaatkan digital untuk berinfaq dan shadaqah juga mampu meningkatkan percepatan dalam mengentaskan kemiskinan. Kepercayaan masyarakat pada suatu produk seperti *fintech payment* dapat diartikan sebagai keinginan. Keyakinan ini dapat meningkatkan kontrol masyarakat atas situasi yang membuat yakin dalam mentransfer uang melalui *fintech payment* (Yetty dkk., 2021). Penelitian ini sejalan dengan Tanjung dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan mampu menentukan minat dalam menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia.

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam persamaan regresi secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel uji F yang dihasilkan dari pengolahan data yang telah berhasil dikumpulkan.

Tabel 3. Uji t (Uji Parsial)

Sumber: Olahan data menggunakan *software*.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4469.976	2	2234.988	206.975	.000^b
	Residual	1587.357	147	10.798		
	Total	6057.333	149			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment* adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan $F_{hitung} 206.975 > F_{tabel} 3.06$. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment* secara bersama-sama. Berdasarkan hasil ini ditemukan bahwa keduanya secara bersama-sama memengaruhi minat individu dalam menggunakan *fintech payment* untuk berinfaq dan shadaqah. Selain itu, dampak pandemi Covid-19 juga mengubah pola berdonasi masyarakat secara keseluruhan, termasuk dalam pembayaran zakat, infaq, shadaqah, dan donasi umum lainnya. Survei yang dilakukan oleh salah satu penyedia layanan dompet digital terkemuka di Indonesia menemukan adanya perubahan signifikan dalam cara berdonasi sebelum dan setelah pandemi Covid-19. Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan kanal digital untuk berdonasi meningkat sebesar 11%, sementara berdonasi secara non-digital mengalami penurunan sebesar 10%.

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel X dalam menjelaskan variabel Y dalam model regresi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.734	3.286

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah
b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Olahan data menggunakan *software*.

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.734 atau 73.4%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan syariah dan kepercayaan memiliki kontribusi dalam menjelaskan variabel dependen yaitu minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment* dalam model regresi ini. Sedangkan sisanya sebesar 26.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti *brand awareness*, faktor sosial, religiusitas, model penerimaan teknologi, dan harapan kinerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengujian dan analisis data tentang pengaruh literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *fintech payment* untuk menunaikan infaq dan shadaqah dapat disimpulkan sebagai berikut, pertama, variabel literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*. Kedua, variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*. Ketiga, variabel literasi keuangan syariah dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq dan shadaqah menggunakan *fintech payment*.

Dengan mempertimbangkan temuan dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah rekomendasi untuk penelitian ini. Pertama, diharapkan untuk peneliti berikutnya dapat memperluas lingkup sampel dan memperkenalkan variabel tambahan untuk mencapai hasil penelitian yang lebih komprehensif. Kedua, masyarakat terutama gen Z sebaiknya mulai memiliki rasa ingin tahu terhadap *fintech payment* dengan berbagai cara seperti mengakses beberapa media informasi yang dikelola oleh perusahaan terkait melalui situs resmi dan sudah diawasi oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK). Ketiga, bagi pemerintah maupun lembaga lainnya diharapkan membantu pergerakan dalam mengembangkan infaq dan shadaqah secara digital di Indonesia sehingga cakupannya lebih luas dan mempermudah generasi Z dalam meningkatkan ketaqwaannya kepada Allah SWT. dengan memberikan pemahaman mengenai *fintech payment*, salah satunya dapat dilakukan dengan cara memberikan materi tentang *fintech payment* untuk kesejahteraan umat dan mendukung kemaslahatan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Addury, M. M., Nugroho, A. P., & Khalid, S. (2020). Niat berinvestasi saham syariah pada generasi milenial: Peran literasi keuangan syariah. *Ihtifaz: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Islam*.
- [2] Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang memengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'ah*.
- [3] Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh brand awareness, transparansi, dan kepercayaan terhadap keputusan menyalurkan ZIS di Kitabisa.com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*.
- [4] Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah penduduk menurut wilayah, klasifikasi generasi, dan jenis kelamin, Indonesia. Jawa Barat: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. Retrieved December 20, 2023, from <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- [5] BAZNAS, Pusat Kajian Strategis. (2021). Indeks kesiapan digital organisasi pengelola zakat: Landasan konseptual. Jakarta: BAZNAS. Retrieved from https://baznas.go.id/assets/images/pustaka/pdf/indeks_kesiapan_digital_opz.pdf
- [6] Febiana, N., Tanjung, H., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh literasi zakat, infaq, shadaqah (ZIS), kepercayaan, dan brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui

- Tokopedia: Studi pada mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor angkatan 2017–2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- [7] Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dan metodologi (penelitian: Literature review). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*.
- [8] Ikhwan, A. (2020). Pengaruh digital literacy dan Technology Acceptance Model terhadap keputusan muzakki membayar ZIS (zakat, infaq, dan shadaqah) melalui fintech Go-Pay pada BAZNAS. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- [9] Janna, B. M. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Dakwah Wal-Irsyad*.
- [10] Mardiatmoko, G. (2020, September). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (Studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- [11] Maulana, H. I. (2023). Analisis minat mahasiswa Muslim dalam berinfaq/sedekah melalui online payment dengan penerapan metode UTAUT. [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].
- [12] Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Infografis hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- [13] Putri, H. M. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising pada BAZNAS Kota Bandar Lampung (Studi pada masyarakat Bandar Lampung). [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- [14] Putri, T. M., & Herman, S. (2022). Pengaruh model penerimaan teknologi dan literasi keuangan syariah terhadap niat transaksi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) berbasis digital (Studi kasus Jabodetabek). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- [15] Rohim, A. N. (2019). Optimalisasi penghimpunan zakat melalui digital fundraising. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- [16] Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan berdonasi dan efektivitas penyaluran menggunakan fintech crowdfunding terhadap minat membayar zakat, infaq, shadaqah. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*.
- [17] Siregar, S. (2017). Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS. Jakarta: Kencana.
- [18] Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online. *Winter Jurnal*.
- [19] Soeharjoto, T., Tribudhi, D. A., & Nugroho, L. (2019). Fintech di era digital untuk meningkatkan kinerja ZIS di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.