

## Pengaruh *Fintech* dan Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah pada Baznas Provinsi Nusa Tenggara Barat

Sofiati Wardah<sup>1</sup>, Armiani<sup>2</sup>, M. Alfin Khalil Gibran<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

### **Abstract**

*This research aims to analyze the impact of fintech and social media on growing interest in paying zakat, infaq and alms at BAZNAS NTB. This research variables consist of 2 independent variables, namely fintech and social media also 1 dependent variable, namely interest in paying zakat, infaq, and alms. This research uses associative quantitative analysis. The population in this research is 6230 Instagram followers @baznas\_ntb. Samples were taken using quota sampling. Data was obtained by distributing questionnaires to respondents via Instagram DM and stories @baznas\_ntb to collect 114 respondents. Data were analyzed using SPSS 25 with multiple linear regression tests. The results of this research indicate that fintech and social media have a positive impact on growing interest in paying zakat, infaq, and alms at BAZNAS NTB. Donors find it helpful because payments can be made through various applications. Social media can increase trust in BAZNAS NTB, also makes people more interested in paying zakat, infaq, and alms after seeing information on the Instagram @baznas\_ntb. The results of this research show that fintech and social media can impact the intention to pay by 49.5%, while the rest is influence by other variables outside the regression model used in this research.*

**Keywords:** *alms; fintech; infaq; interest in paying; social media; and zakat*

### **Abstrak**

Studi ini tujuannya guna menganalisis dampak positif *fintech* dan media sosial dalam menumbuhkan minat membayar zakat, infak dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB. Sehingga variabel studi ini tersusun atas 2 variabel independen yakni *fintech* (X1) dan media sosial (X2) serta 1 variabel dependen yakni minat membayar zakat, infak, dan sedekah (Y). Studi ini memakai analisis kuantitatif asosiatif. Populasi di studi ini ialah 6230 pengikut media sosial Instagram @baznas\_ntb. Sampel diambil dengan memakai *sampling kuota*. Data didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada responden lewat *direct message* Instagram dan Instagram *story* @baznas\_ntb hingga terkumpul 114 responden. Data dianalisis memakai SPSS 25 dengan uji regresi linear berganda. Hasil studi ini memperlihatkan *fintech* dan media sosial berdampak positif dalam menumbuhkan minat membayar zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB. Donatur merasa terbantu karena pembayaran dapat melalui berbagai aplikasi, pengguna hanya perlu scan barcode yang tersedia. Media sosial dapat meningkatkan kepercayaan kepada BAZNAS Provinsi NTB. Hal ini juga membuat masyarakat lebih tertarik untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah setelah melihat informasi di Instagram @baznas\_ntb. Hasil studi ini juga menunjukkan bahwa *fintech* dan media sosial mampu mempengaruhi minat membayar yakni 49,5%, lalu sisanya terpengaruh variabel lain di luar model regresi di studi ini.

**Kata Kunci:** *fintech; infak; media sosial; minat membayar; sedekah; dan zakat*

---

<sup>1</sup> Penulis korespondensi. sofiatiw77@gmail.com

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim paling besar di dunia. Sesuai laporan dari The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), “jumlah perkiraan populasi Muslim di Indonesia mencapai 237,56 juta jiwa atau 86,7% dari seluruh penduduk negara itu”. Bila dibandingkan populasi Muslim global, angka ini sekitar 12,30% dari total populasi Muslim dunia yakni 1,93 miliar jiwa (databoks.katadata.co.id).

**Tabel 1.** 10 Provinsi dengan Persentase Penduduk Beragama Islam Terbesar di Indonesia (31 Des 2021)

No.	Nama	Nilai/Persen
1.	Aceh	98,57
2.	Gorontalo	98,02
3.	Bengkulu	97,68
4.	Sumatera Barat	97,60
5.	Jawa Barat	97,31
6.	Jawa Tengah	97,28
7.	Jawa Timur	97,23
8.	Sumatera Selatan	97,18
9.	Kalimantan Selatan	97,02
10.	Nusa Tenggara Barat	96,84

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan tabel di atas 10 provinsi dengan persentase penduduk muslim terbesar, 4 di antaranya berada di Sumatera, 3 provinsi di Jawa, 1 di Kalimantan, 1 di Sulawesi dan 1 di Nusa Tenggara. Data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DUKCAPIL) Kementerian Dalam Negeri, Nusa Tenggara Barat memiliki penduduk muslim 96,83% dari total populasi 5,41 juta jiwa (databoks.katadata.co.id).

Sebagai seorang muslim rukun Islam merupakan lima perkara dasar yang menjadi syarat utama untuk menjadi muslim yang sempurna. Kelima perkara ini terdiri dari syahadat, salat, zakat, puasa, dan naik haji bagi yang mampu (Nafi', 2020; Wahyu & Anwar, 2020). Dalam Al-Quran, zakat dan salat disebutkan bersamaan sebanyak 82 kali, memperlihatkan pentingnya zakat dalam ibadah kepada Allah, sebagaimana pentingnya salat (Puskas BAZNAS & Kementerian Agama Republik Indonesia, 2020). Maka, zakat harus diperhatikan khusus dalam Islam, mulai dari penghimpun, pengelolaan, hingga pendistribusian dana zakat (Mashur et al., 2022; Nafi', 2020; Shobah & Rifai, 2020; Wahyu & Anwar, 2020). Semua proses itu harus tunduk pada ketentuan hukum syariah supaya lembaga zakat bisa menjaga reputasi mereka dan menghindari kegiatan yang tidak sesuai ketentuan syariah, yang bisa merusak reputasi lembaga zakat secara keseluruhan (Hakim et al., 2019).

Reputasi Lembaga Zakat sempat tercemar akibat perilaku beberapa individu yang tidak bertanggung jawab, seperti yang diungkapkan dalam laporan dari ombudsman.go.id. Laporan itu mencatat adanya tanda-tanda penyalahgunaan kewenangan dalam pengelolaan dana zakat profesi, baik di tingkat Provinsi atau Kabupaten dan Kota, yang saat ini sedang dimonitor oleh Polda NTB. Menurut Adhar, temuan yang dibuat oleh Ombudsman dalam kasus ini sangat mungkin akan diselidiki Aparat Penegak Hukum (APH) karena telah muncul indikasi potensi kerugian bagi negara. Berdasarkan hasil investigasi, dana zakat itu digunakan untuk kepentingan pribadi, institusi, atau perorangan yang tidak ada hubungannya dengan tujuan zakat.

Sebenarnya pemerintah sudah mengatur berbagai hal terkait pengelolaan zakat (Bulutoding & Anggeriani, 2018; Sayidah, 2019; Shahnaz, 2016), ini dilakukan agar pengelolaan zakat sesuai dengan hukum-hukum syariah. UU No. 23 tahun 2011 terkait Pengelolaan Zakat sudah mengatur

beberapa aspek penting yang berkaitan dengan penerapan hukum syariah pada pengelolaan zakat di Indonesia. Secara umum UU ini mengatur “pengelolaan zakat harus mematuhi hukum-hukum syariah, termasuk persyaratan bagi organisasi pengelola zakat (OPZ) guna mempunyai dewan pengawas syariah (DPS) dan menjalani audit syariah secara berkala”.

Hasil pengukuran Indeks Kepatuhan Syariah OPZ tahun 2020 di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) pada tujuh OPZ yang terlibat yaitu satu BAZNAS tingkat provinsi dan enam BAZNAS tingkat Kabupaten dan Kota. Secara keseluruhan, nilai Indeks Kepatuhan Syariah OPZ di Provinsi NTB tahun 2020 mencapai 0,44, masuk dalam kategori cukup baik dengan peringkat B. Pada dimensi penyaluran zakat, Provinsi NTB mencapai skor 0,41, juga masuk dalam kategori cukup baik dengan peringkat B, sementara pada dimensi regulasi zakat, Provinsi NTB secara rata-rata mencapai skor 0,49, masuk dalam kategori sangat cukup baik dengan peringkat B. Namun, dalam dimensi Kepatuhan Syariah OPZ, aspek kepatuhan syariah dalam manajemen pengelolaan zakat di Provinsi NTB mendapatkan skor 0,38, yang masuk dalam kategori kurang baik dengan peringkat C. (Puskas BAZNAS & Kementerian Agama Republik Indonesia, 2020).

Hasil Pengukuran Indeks Literasi Zakat (ILZ) Tahun 2022 di Wilayah Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara, berdasarkan variabel yang menyusun ILZ, menunjukkan bahwa pemahaman zakat secara umum mendapatkan skor tertinggi yakni 92,05, dengan kategori tingkat literasi yang tinggi. Selain itu, terdapat tiga variabel lain yang mendapatkan kategori tinggi, seperti pemahaman kewajiban membayar zakat, pemahaman asnaf zakat, dan pemahaman institusi zakat. Sementara pemahaman mengenai penghitungan zakat, pemahaman dampak zakat, dan pemahaman pembayaran zakat melalui digital memiliki skor antara 60-80, yang masuk dalam kategori literasi tingkat menengah atau moderat. Namun, pemahaman mengenai objek zakat, regulasi terkait zakat, dan program-program zakat mendapatkan skor di bawah 60, masuk dalam kategori literasi yang rendah (Puskas BAZNAS, 2022).

Berdasarkan data tersebut BAZNAS Provinsi NTB harus berbenah diri untuk memperbaiki manajemen pengelolaan zakat yang kurang baik (peringkat C) dengan memanfaatkan *fintech* dalam pengumpulan zakat, infak, dan sedekah. Implementasi pembayaran non-tunai seperti transfer bank dan *Quick Responses Indonesian Standard (QRIS)* sudah diterapkan sejak bulan Januari 2023 dengan menempatkan *merchant QRIS* di kantor BAZNAS Provinsi NTB juga pada kegiatan-kegiatan yang diikuti oleh BAZNAS Provinsi NTB seperti *car free day*, jalan sehat, dan kegiatan lain yang bekerjasama dengan berbagai pihak, tujuannya untuk mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah serta mengurangi kemungkinan terjadinya penyalahgunaan dana karena transaksi dilakukan secara non-tunai.

*Fintech* didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan (Financial Stability Board, 2017; Gai et al., 2018; Gomber et al., 2018; Nugraha et al., 2022; Nursansiwati & Armiani, 2023; Shahzad et al., 2022). Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengutip dari penelitiannya (Syahdani 2022) adalah 1). Pilihan metode pembayaran, 2). Kemudahan menggunakan *Fintech* 3). Bukti pembayaran dan 4). Efisiensi (Anjaswati & Berakon, 2022; Elzbieta Kubinska et al., 2023; Nursansiwati & armiani, 2024; Zuliansyah et al., 2022).

Media Sosial menurut Boyd dalam (Nasrullah, 2015) sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain (Nursansini & Armiani, 2024; Rusdi et al., 2023). Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content (UGC)* di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Indikator variabel Media Sosial diukur dengan instrument penelitian (Nurfakhira 2021; Sahrul, 2021): Pemahaman sebelum menerima informasi, Pemahaman setelah menerima informasi, Kepercayaan kepada instansi, Rasa puas terhadap informasi, Rasa nyaman dalam menerima

informasi, Rasa senang dalam menerima informasi, Ketertarikan setelah menerima informasi, Kesiediaan mematuhi isi informasi, Kesiediaan untuk membagikan informasi, Kesiediaan untuk mengajak orang lain.

Penelitian mengenai Penerimaan Zakat, infak dan sedekah melalui digital payment seperti yang dilakukan oleh (Anggreiny, 2021; Septieva, 2022; Syahdani, 2022) yang menyarankan OPZ supaya bisa meningkatkan pelayanannya mengenai penerimaan ZIS lewat sistem *digital payment* agar donatur bisa merasa nyaman memakai sistem *digital payment*. Namun Hasil berbeda diperoleh (Alam et al., 2022) yang mengatakan masih ada kecurigaan tentang keamanan data saat menggunakan *fintech* dalam membayar zakat, infak, dan sedekah. Hal yang sama terkait penelitian tentang pemanfaatan media sosial yang merupakan variabel dalam penelitian ini dimana hasil penelitian (Ningsih, 2021; Nurfakhira, 2021) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pemrosesan pesan dalam kampanye di media sosial terhadap sikap pengikut akun tersebut. sementara (Sahrul, 2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa penerapan media sosial untuk meningkatkan kesadaran membayar zakat terkendala pada masyarakat yang tidak tahu cara mengakses atau menggunakan media sosial khususnya media elektronik.

Penelitian dilakukan karna masih ada inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya sekaligus untuk mengetahui Pengaruh *Fintech* yang dalam hal ini di proksikan dengan pembayaran non tunai dan Media Sosial dalam Menumbuhkan Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian di studi ini memakai jenis penelitian asosiatif dengan jenis data kuantitatif. Studi ini memakai kuesioner guna menghimpun data, di mana kuesioner disusun cermat memakai Skala Likert guna mengukur variabel-variabel tersebut. (Sugiyono, 2022). Modifikasi skala Likert dipakai guna mengatasi kelemahan dari skala lima tingkat dengan menghilangkan kategori jawaban di tengah untuk menghilangkan keraguan karna memiliki makna ganda dan kecenderungan responden menjawab netral.

6230 orang yang mengikuti akun media sosial Instagram BAZNAS Provinsi NTB digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Media sosial Instagram dipilih karna jumlah pengikutnya terbesar dibandingkan akun sosial media BAZNAS lainnya. Jumlah sampel ditentukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin dengan teknik pengambilan sampel berupa Sampling Kuota.

Teknik analisis data di studi ini mencakup analisis statistik deskriptif, Uji Kualitas Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Kemudian dilanjutkan dengan Uji asumsi klasik yang mencakup uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas (Sugiyono, 2022). Selanjutnya dilakukan Analisis Regresi Linear Berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan: (Y) Minat membayar Zakat, Infak dan Sedekah dengan indikator; ketersediaan layanan, transparansi, kemudahan dan efisiensi, ( $\alpha$ ) Konstanta, ( $\beta_1$ ) Koefisien Regresi *Fintech*, ( $\beta_2$ ) Koefisien Regresi Media Sosial, ( $X_1$ ) *Fintech*, indikatornya adalah; pilihan metode pembayaran, kemudahan menggunakan *fintech*, bukti pembayaran dan efisiensi. ( $X_2$ ) Media Sosial, dengan indikator; pemahaman mengenai sebelum menerima informasi, pemahaman setelah menerima informasi, kepercayaan kepada instansi, rasa puas terhadap informasi, rasa nyaman dalam menerima informasi, rasa senang dalam menerima informasi, ketertarikan setelah menerima informasi, kesiediaan mematuhi isi informasi, kesiediaan untuk membagikan informasi, kesiediaan untuk mengajak orang lain. (e) *Standar Error*

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang bertujuan sebagai pengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan keragaman variabel terikat (Sugiyono, 2022). Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi individual pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel dalam penelitian ini meliputi *fintech* (X1), media sosial (X2), dan minat membayar zakat, infak, dan sedekah (Y) yang akan diuji secara statistik deskriptif seperti yang terlihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
<i>Fintech</i>	114	41	60	6004	52,67	4,562
Medsos	114	24	40	3696	32,42	3,410
Minat	114	30	40	3814	33,46	2,885
Valid N (listwise)	114					

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa pada variabel *fintech* memiliki jawaban minimum responden 41 dan maksimum 60, jumlah 6004 dengan total nilai rata-rata jawaban 52,67, standar deviasi sebesar 4,562. Variabel media sosial memiliki jawaban minimum responden 24 dan maksimum 40, jumlah 3696 dengan total nilai rata-rata jawaban 32,42, standar deviasi sebesar 3,410. Variabel minat membayar zakat, infak, dan sedekah memiliki jawaban minimum responden 30 dan maksimum 40, jumlah 3814 dengan total nilai rata-rata 33,46, standar deviasi 2,885.

Populasi di studi ini ialah 6230 pengikut media sosial Instagram @baznas\_ntb. Metode pengambilan sampel memakai *sampling kuota* di mana kuesioner disebarkan kepada populasi sampai memenuhi jumlah (kuota) sampel yang dibutuhkan dan didapat sebanyak 153 responden dari pengikut media sosial Instagram @baznas\_ntb, namun data yang diolah sejumlah 114 yang merupakan hasil eliminasi agar data terdistribusi normal. Penyebaran kuesioner dilakukan sejak tanggal 13 Juni sampai 20 Juni 2023. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form yang disebarkan melalui *Direct Message* Instagram dan Instagram *Story* @baznas\_ntb dengan pernyataan sesuai kuesioner yang terstruktur.

Uji t dipakai guna mengecek pengaruh variabel independen pada variabel dependen secara parsial. Dianggap berdampak bila nilai signifikan  $< 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai  $t_{tabel}$  didapat melalui distribusi t dengan ketentuan:  $df = n - k$ . Maka nilai  $df = 114 - 2 = 112$  dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga didapat nilai  $T_{tabel}$  1,981. Hasil uji parsial bisa terlihat di tabel:

**Tabel 3.** Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11,177	2,334			4,788	,000
<i>Fintech</i>	,117	,052	,185		2,269	,025
Medsos	,497	,069	,587		7,193	,000

Sumber: Data Diolah, 2023

Hasil pengujian hipotesis, *fintech* berdampak positif pada minat membayar zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB, berdasarkan perhitungan sesuai tabel dimana  $0,025 < 0,05$ , dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,269)  $>$  nilai  $T_{tabel}$  (1,981). Artinya bahwa semakin baik pemanfaatan *fintech* maka akan semakin menumbuhkan minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB. Dalam hal ini BAZNAS Provinsi NTB telah

menyediakan layanan transfer rekening guna mempermudah donatur membayar zakat, infak, dan sedekah karena layanan transfer yang disediakan jelas dan BAZNAS Provinsi NTB sigap mengkonfirmasi dana yang telah masuk (Kurniawati, 2020). Selain transfer rekening, BAZNAS Provinsi NTB juga menerapkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah sejak bulan Januari 2023. Donatur merasa terbantu karena QRIS bisa menerima pembayaran lewat berbagai aplikasi. Syarat dan ketentuan memakai QRIS sangat mudah dan jelas, pengguna hanya perlu *scan barcode* yang tersedia dan langsung memperoleh notifikasi sesudah melakukan transaksi. Donatur tidak harus menunggu setruk pembayaran karena bukti pembayaran langsung muncul dan dapat dilakukan kapan saja. Namun *merchant* QRIS BAZNAS Provinsi NTB masih terbatas, *merchant* QRIS BAZNAS Provinsi NTB hanya dapat dijumpai di kantor BAZNAS Provinsi NTB dan pada kegiatan-kegiatan yang diikuti oleh BAZNAS Provinsi NTB seperti *Car Free Day*, Jalan Sehat, dan kegiatan lain yang bekerjasama dengan berbagai pihak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Anggreiny, 2021; Septieva, 2022; Syahdani, 2022) yang mengatakan adanya pengaruh antara sistem *digital payment (fintech)* dalam meningkatkan minat donatur. Sebaliknya penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian (Alam et al., 2022) yang mengatakan masih ada kecurigaan tentang keamanan data saat menggunakan *fintech* dalam membayar zakat, infak, dan sedekah.

Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Variabel Media Sosial, dimana Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah Pada BAZNAS Provinsi NTB berdasarkan hasil perhitungan Dimana nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dengan nilai  $t_{hitung} (7,193) > \text{nilai } T_{tabel} (1,981)$ . Hal ini mengindikasikan BAZNAS Provinsi NTB telah memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram @baznas\_ntb dengan jumlah pengikut 6230, terbanyak dibandingkan dengan media sosial lainnya untuk melakukan sosialisasi terkait dengan kegiatan dari BAZNAS Provinsi NTB seperti penyaluran bantuan serta edukasi terkait zakat, infak, dan sedekah. Konten di Instagram @baznas\_ntb dapat meningkatkan kepercayaan kepada BAZNAS Provinsi NTB dalam hal pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Hal tersebut terlihat dari jawaban responden dalam hal ini pengikut Instagram yang mengatakan sebelum melihat konten di akun Instagram @baznas\_ntb masyarakat sudah cukup memahami mengenai zakat, infak, dan sedekah dan setelah melihat konten di akun Instagram @baznas\_ntb telah meningkatkan pemahaman mengenai zakat, infak, dan sedekah, karena pengikut Instagram @baznas\_ntb merasa puas, nyaman, dan senang dengan informasi mengenai zakat, infak di akun Instagram @baznas\_ntb. Hal ini juga membuat masyarakat lebih tertarik untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah setelah melihat informasi di akun Instagram @baznas\_ntb. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ningsih, 2021; Nurfakhira, 2021) yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pemrosesan pesan dalam kampanye di media sosial terhadap sikap pengikut akun tersebut. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Sahrul, 2021) yang mengatakan penerapan media sosial untuk meningkatkan kesadaran membayar zakat terkendala pada masyarakat yang tidak tahu cara mengakses atau menggunakan media sosial khususnya media elektronik.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini akan ditampilkan hasil uji koefisien determinasi mengenai pengaruh *fintech* dan media sosial terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah.

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 <sup>a</sup>	,504	,495	2,049

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis pengujian koefisien determinasi pada tabel 4.9 di atas, maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,495 (49,5%). Hal ini berarti bahwa *fintech* dan media sosial dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat membayar zakat, infak, dan sedekah. Sedangkan sisanya yaitu 50,5% merupakan hubungan dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan oleh penulis dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

*Fintech* berdampak positif dalam menumbuhkan minat membayar zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB. Dalam hal ini BAZNAS Provinsi NTB telah menyediakan layanan transfer rekening guna mempermudah donatur membayar zakat, infak, dan sedekah. Selain transfer rekening, BAZNAS Provinsi NTB juga menerapkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah sejak bulan Januari 2023. Donatur merasa terbantu karena QRIS bisa menerima pembayaran lewat berbagai aplikasi, pengguna hanya perlu scan barcode yang tersedia dan langsung memperoleh pemberitahuan sesudah lakukan transaksi.

Media sosial berdampak positif dalam menumbuhkan minat membayar zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Provinsi NTB. Dalam hal ini BAZNAS Provinsi NTB telah memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram @baznas\_ntb dengan jumlah pengikut 6230 untuk melakukan sosialisasi terkait dengan kegiatan dari BAZNAS Provinsi NTB seperti penyaluran bantuan serta edukasi terkait zakat, infak, dan sedekah. Konten di Instagram @baznas\_ntb dapat meningkatkan kepercayaan kepada BAZNAS Provinsi NTB dalam hal pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Setelah melihat konten di akun Instagram @baznas\_ntb lebih meningkatkan pemahaman mengenai zakat, infak, dan sedekah. Hal ini juga membuat masyarakat lebih tertarik untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah setelah melihat informasi di akun Instagram @baznas\_ntb.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A., Ratnasari, R. T., Mua'awanah, C., & Hamidah, R. A. (2022). Generation Z perceptions in paying Zakat, Infaq, and Sadaqah using Fintech: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 320–330. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.28](https://doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.28)
- Anggreiny, S. (2021). *Strategi penghimpunan ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) melalui digital QRIS di BAZNAS Provinsi Kalimantan Tengah*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Anjaswati, N., & Berakon, I. (2022). Utaut Dan Kepuasan Berzakat Melalui Fintech: Peran Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 211–234. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13689>
- Bulutoding, L.-, & Anggeriani, W.-. (2018). AKUNTANSI ZAKAT: KAJIAN PSAK 109 (Studi Kasus Pada BAZNAS Kota Makassar). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(1), 23–37. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i1.446>
- Elzbieta Kubinska, Magdalena Adamczyk-Kowalczyk, & Anna Macko. (2023). *Behavioral Finance in the Digital Era: Saving and Investment Decisions*. <https://doi.org/10.4324/9781003400066>
- Financial Stability Board. (2017). Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention. *Financial Stability Board*, June, 1–61.
- Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262–273. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services.

- Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Kurniawati, K. (2020). Strategi Pengumpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar Nontunai QRIS dalam Meningkatkan Minat Donatur di BAZNAS Provinsi Bali. *Widya Balina*, 5(2), 240–249. <https://doi.org/10.53958/wb.v5i2.68>
- Mashur, M., Riswandi, D., & Sibawaihi, A. (2022). Peran Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (analisis pengembangan Ekonomi Islam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(4), 634–639. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i4.184>
- Nafi', M. A. Y. (2020). Analisa Efektivitas Penyaluran Zakat BAZNAS Kabupaten Kudus. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 7(2), 151. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v7i2.8647>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, W. (2021). *Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Nurfakhira, A. (2021). *Pengaruh Pemrosesan Pesan di Akun Instagram @lawancovid19\_id Terhadap Sikap Pengikutnya Untuk Mematuhi Protokol Kesehatan*. Universitas Padjajaran.
- Nursansini, D. A., & Armiani, A. (2024). Peran Media Sosial Meningkatkan Penjualan UMKM di NTB. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 11(1), 76–86. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v11i1.1007>
- Nursansiwati, D. A., & armiani. (2024). The Role of Fintech in Financial Inclusion (Case Study of MSME Entrepreneurs in Surabaya). *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(3), 325–339. <https://journal.ppipbr.com/index.php/productivity/index>
- Nursansiwati, D. A., & Armiani. (2023). Peran Strategi Bisnis Fintech Payment Gateway dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di NTB. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 367–378. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1219>
- Puskas BAZNAS. (2022). *Indeks Literasi Zakat 2022 Buku 2 - Wilayah Sumatera, Jawa Bali, Nusa Tenggara, dan Kalimantan*.
- Puskas BAZNAS, & Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020). *Indeks Kepatuhan Syariah Organisasi Pengelola Zakat: Teori dan Konsep* (Vol. 21, Issue 1).
- Rusdi, Armiani, & I Made Murjana. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 169–177.
- Sahrul. (2021). *Upaya Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Mal (Studi Kasus Baznas Kota Parepare)*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Sayidah, N. (2019). Penerapan Akuntansi Zakat Dan Infak / Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 2(2), 72–85. <https://doi.org/10.25139/jaap.v2i2.1395>
- Septieva, Z. (2022). *Analisis Pemanfaatan Teknologi Dalam Penerimaan Zakat, Infak dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yayasan Insan Madani Jambi (Studi Kasus Yayasan Insan Madani Jambi)*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi.
- Shahnaz, S. (2016). The Application of Psak No . 109 About Financial Accounting. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 449–458.
- Shahzad, A., Zahrullail, N., Akbar, A., Mohelska, H., & Hussain, A. (2022). COVID-19's Impact on Fintech Adoption: Behavioral Intention to Use the Financial Portal. *Journal of*



- Risk and Financial Management*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm15100428>
- Shobah, A. N., & Rifai, F. Y. A. (2020). Konsep Ekonomi Islam dalam Peningkatan Kesejahteraan Mustahiq Melalui Zakat Produktif (BAZNAS) Kabupaten Purworejo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 521. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1270>
- Syاهدani, I. (2022). *Analisis Fundraising ZIS Melalui Sistem Digital Terhadap Minat Donatur Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Wahyu, A. R. M., & Anwar, W. A. (2020). Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 12–24. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.31>
- Zuliansyah, A., Pratomo, D., & Supriyaningsih, O. (2022). The Role of Financial Technology (Fintech) in ZIS Management to Overcome Poverty. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 203–224. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1794>