



PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERDONASI, DAN EFEKTIFITAS PENYALURAN MENGGUNAKAN FINTECH CROWDFUNDING TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SHADAQOH

Isnaini Lailatul Rohmah^{1*}, Ibdalsyah Ibdalsyah², Ahmad Mulyadi Kosim³

¹ Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun Bogor, Isnainilailatul465@gmail.com

² Universitas Ibn Khaldun Bogor, buyaibdalsyah@gmail.com

³ Universitas Ibn Khaldun Bogor, ahmadmulyadi@fai.uika-bogor.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of perceived ease of donating, and the effectiveness of distribution of ZIS interest using fintech crowdfunding. Sample this research is 86 respondents of students at the Islamic Studies Faculty of UIKA Bogor. The data collection method uses a questionnaire and the technical analysis used is multiple linear regressions. The results showed the variable Ease of Donation Ease of Interest in ZIS Using Fintech Crowdfunding had a negative effect on the significance value of t count of 0.253, indicating that if the ease of donating was easier to use then the interest of students in doing ZIS Using Fintech Crowdfunding would increase. Variable Effectiveness of Distribution of ZIS Interest Using Fintech Crowdfunding has a positive effect on the significance value of tcount of 0,000. There shows the effectiveness of distribution gives confidence to students in conducting ZIS using Fintech Crowdfunding. And according to ANOVA analysis results show that the calculated F value of 30.115 with a significance value of 0,000. This shows that the Perception of Ease to Donate, Effectiveness Distribution jointly or simultaneously influence the Interest of ZIS Using Fintech Crowdfunding.

Keywords: *Perceived Easeness to pay; Distribution Effectiveness; Financial technology, Crowdfunding. Zakat*

I. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini perkembangan teknologi sudah sangat pesat kemajuannya, hampir semua lapisan masyarakat menjadi pengguna dari sebuah teknologi ini. Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan baik dibidang sosial, ekonomi, maupun budaya dengan cepat. Teknologi ini memberikan berbagai kemudahan bagi penggunanya, terciptanya layanan kemudahan komputer, membawa Inovasi-inovasi baru yang bermunculan diberbagai sektor. Internet telah membawa kita ke era dimana sebuah kegiatan dapat dilakukan dengan lebih cepat, akurat disertai biaya pengaksesan yang murah apabila dibandingkan era-era sebelumnya yang mengharuskan manusia mengerjakan suatu pekerjaan dengan cara manual. Perkembangan teknologi digital saat ini memiliki cakupan yang sangat luas di berbagai bidang. Seperti halnya transportasi, belanja, pariwisata, dan keuangan serta kegiatan ekonomi lainnya yang dapat diakses secara digital. Teknologi digital membuat aktivitas masyarakat menjadi lebih mudah dan praktis. Hal ini mendorong kemajuan teknologi keuangan (*Financial Technology*) di Indonesia semakin dekat dengan masyarakat.

Dengan *FinTech*, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti halnya tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, dan keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, *FinTech* membantu transaksi jual beli dan sistem

pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif (BI, 2019). Transaksi keuangan yang dapat dilakukan melalui *FinTech* meliputi : pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan, pembandingan produk keuangan. Industri *FinTech* merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital saat ini. Pembayaran digital menjadi salah satu sektor dalam industri *FinTech* yang paling berkembang di Indonesia. Sektor ini kemudian diharapkan oleh pemerintah untuk mendukung masyarakat agar dapat menikmati akses layanan keuangan inklusif (Fitriani, 2018: 5).

Adapun beberapa jenis *FinTech* yang dapat digunakan antara lain : *Crowdfunding and Peer To Peer (P2P) Lending* adalah *FinTech* yang mempertemukan antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memberikan dana dalam bentuk pinjaman atau modal usaha, proses pengajuan dana dalam *FinTech* ini terbilang praktis karna dilakukan secara online, *Market Agregator* adalah *FinTech* yang memberikan informasi kepada pengguna secara detail terkait keuangan berisi tips keuangan, kartu kredit dan investasi agar pengguna dapat mengambil keputusan dengan baik, *Payment, Settlement and Clearing* adalah *FinTech* yang sering digunakan untuk pembayaran non tunai untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi secara *casless* dengan *e-wallet* jadi pengguna dapat melakukan pembayaran dengan praktis tanpa harus takut saat membawa uang dengan jumlah yang banyak, *Risk Management*

adalah *FinTech* untuk membantu penggunaannya dalam memantau kondisi keuangan dan juga melakukan perencanaan keuangan dengan lebih mudah dan praktis.

Berdasarkan data OJK Sampai dengan Oktober 2019, total jumlah penyelenggara *FinTech* terdaftar dan berizin adalah sebanyak 144 perusahaan. Terdapat 17 *FinTech* yang baru terdaftar yaitu, DUMI, Dynamic Credit Asia, Pundiku, TEMAN PRIMA, OK!P2P, DOEKU, Fincy, Mopinjam, BANTUSAKU, KlikCair, AdaModal, KONTANKU, IKI Modal, ETH IS, Kapital Boost, PAPITUPI SYARIAH, dan Berkah Fintek Syariah (OJK, 2019). Jumlah *FinTech* yang terdaftar di OJK nantinya akan terus bertambah, hal ini terbukti dari daftar yang diunggah oleh OJK terus mengalami peningkatan. Sektor pertama yang menjadi primadona dalam penggunaan akses *FinTech* adalah sektor *payment* atau pembayaran kemudian disusul oleh sektor *crowdfunding and P2P*.

Crowdfunding adalah skema pembiayaan yang dijuluki pendanaan demokratis, karena konsep dari *crowdfunding* adalah mengumpulkan dana dalam skala yang kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar (baik bersumber dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan, ataupun pemerintah), sehingga terkumpul dana yang signifikan. Dimana dana tersebut akan digunakan oleh lembaga atau instansi penghimpun zakat dalam rangka membantu sesama bagi yang membutuhkan. *Crowdfunding* ini dikelola oleh wadah yang disebut *platform* dengan berbasis internet sehingga mudah untuk diakses (Rohim, 2019 : 71).

Munculnya inovasi digital *FinTech Crowdfunding* ini dapat meningkatkan efisiensi kinerja lembaga zakat dan sebagai upaya untuk mencapai target pengumpulan dana zakat. Selain manfaat *FinTech* sebagai sarana untuk memfasilitasi pengguna dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah, tidak dapat dipungkiri bahwa akan ada beberapa variabel sebagai penentu minat orang atau target untuk menyalurkan dana melalui digital. Menurut (Aristiana, Waluyo, dan Muchtasib, 2019: 51) Ada delapan faktor yang mempengaruhi muzaki dalam mempertimbangkan distribusi zakat melalui pembayaran digital, yaitu layanan, tempat, komunitas, distribusi, proses, motivasi, daya tanggap, dan pekerjaan. Faktor-faktor tersebut juga didukung oleh tiga faktor lain, yaitu pengetahuan, literasi yang dimiliki oleh muzaki mengenai zakat online apakah mereka cukup mengetahui program ini atau tidak mengetahui sama sekali. Kepercayaan, kepastian tentang metode pembayaran zakat dan keamanan dalam menyalurkan dana ZIS. Kemudahan penggunaan, tingkat kepuasan yang terkait dengan preferensi orang mengenai zakat online atau pembayaran langsung.

Dengan adanya *FinTech crowdfunding* Lembaga filantropi membuka peluang bagi umat muslim untuk mulai bersedekah melalui kemudahan *FinTech*, misalnya saja BAZNAS yang telah menjalin kerjasama dengan *platform FinTech* dalam mengumpulkan donasi melalui LinkAja, GoPay, Dana dll. Peluang ini harus dimanfaatkan oleh Mahasiswa UIKA Bogor untuk menggunakan *FinTech crowdfunding* sebagai media untuk ber Zakat, Infaq, Shadaqah. Selain itu Karena sekarang ini sudah menjadi tren

pembayaran non tunai maka lembaga zakat memiliki peluang yang sangat besar untuk bekerjasama dengan *flatform* tersebut dengan tetap menjunjung prinsip syariah. Contoh proses pemberian zakat dengan GoPay ini dilakukan melalui pembayaran QR code. Caranya umat yang telah berniat untuk zakat dapat langsung memindai QR code milik GoPay yang telah terpasang disejumlah tempat umum. Donasi yang dikehendaki pun lantas terpotong dari saldo GoPay yang dimiliki oleh orang tersebut.

Penelitian ini membatasi bahasan pada: (a) pengaruh persepsi kemudahan berdonasi dengan menggunakan *Fintech Crowdfunding* (b) pengaruh efektifitas penyaluran dana jika menggunakan *Fintech Crowdfunding*, dan (c) pengaruh persepsi kemudahan dan, efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *Fintech Crowdfunding* secara bersama-sama.

II. METODE PENELITIAN

Adapun penelitian ini dilakukan oleh penulis di Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor yang berada di Jl. KH. Sholeh Iskandar Km. 2 Bogor. Waktu Penyebaran kuisioner kepada Mahasiswa Fakultas Agama Islam dilaksanakan pada bulan Mei 2020.

Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Agama Islam angkatan 2016-2017 yang berjumlah 648 orang. Jumlah sampel untuk penelitian menggunakan margin of error sebesar 10 persen dari jumlah keseluruhan sampel. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 86 orang.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Klasifikasi responden berdasarkan data jenis kelamin diatas menunjukkan bahwa, jumlah responden pria dari total keseluruhan responden adalah 19 Mahasiswa FAI UIKA Bogor atau 22,1 %, sedangkan jumlah responden wanita adalah sebanyak 69 Mahasiswa FAI UIKA Bogor atau 77,9% dari tota keseluruhan responden.

Klasifikasi responden berdasarkan data jurusan diatas menunjukkan bahwa, terdapat Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah sebanyak 49 Mahasiswa atau 57% dari total keseluruhan responden. Terdapat sebanyak 18 Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam atau 20,9% dari total keseluruhan responden. Terdapat sebanyak 8 Mahasiswa Program Studi PGMI atau 9,3% dari total keseluruhan responden. Terdapat sebanyak 9 Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam atau 10,5% dari total keseluruhan responden. Terdapat sebanyak 2 Mahasiswa Program Studi Ahwal Syakhshiyah atau 2,3% dari total keseluruhan responden.

Klasifikasi responden berdasarkan data jenis kelamin diatas menunjukkan bahwa, terdapat Mahasiswa FAI UIKA Bogor tahun angkatan 2016 sebanyak 55 Mahasiswa atau 64% dari total keseluruhan responden, dan angkatan 2017 sebanyak 31 Mahasiswa atau 36% dari total keseluruhan responden.

B. Hasil Analisis Skor Variabel Penelitian

Tanggapan responden terhadap persepsi kemudahan berdonasi yang dijelaskan melalui empat indikator yaitu: mudah dioperasikan, mudah dipelajari, mudah mendonasikan dana dan, mudah untuk menyalurkan bantuan. PKB1 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden menyatakan tidak setuju, 49 responden menyatakan setuju, dan 25 responden menyatakan sangat setuju. PKB2 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden menyatakan tidak setuju, 48 responden menyatakan setuju, dan 24 responden menyatakan sangat setuju. PKB3 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden menyatakan tidak setuju, 52 responden menyatakan setuju, dan 28 responden menyatakan sangat setuju. PKB4 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju, 40 responden menyatakan setuju, dan 38 responden menyatakan sangat setuju.

Tanggapan responden terhadap efektifitas penyaluran yang dijelaskan melalui empat indikator yaitu: disalurkan dengan tepat sasaran, terkoordinasi dan sistematis dengan lembaga ZIS, meningkatkan jumlah donator, meningkatkan kepercayaan donator. Grafik tersebut menunjukkan EP1 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden menyatakan tidak setuju, 57 responden menyatakan setuju, dan 12 responden menyatakan sangat setuju. EP2 terdapat 3 responden menyatakan sangat tidak setuju, 8 responden menyatakan tidak setuju, 57 responden menyatakan setuju,

dan 18 responden menyatakan sangat setuju. EP3 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 14 responden menyatakan tidak setuju, 55 responden menyatakan setuju, dan 16 responden menyatakan sangat setuju. EP4 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 20 responden menyatakan tidak setuju, 45 responden menyatakan setuju, dan 20 responden menyatakan sangat setuju.

Tanggapan responden terhadap minat ZIS menggunakan fintech crowdfunding yang dijelaskan melalui empat indikator yaitu: Minat untuk menggunakan, mencoba untuk menggunakan, Terus menggunakan, *FinTech* bermanfaat untuk berdonasi. Grafik tersebut menunjukkan MZIS1 terdapat 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, 18 responden menyatakan tidak setuju, 49 responden menyatakan setuju, dan 17 responden menyatakan sangat setuju. MZIS2 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 14 responden menyatakan tidak setuju, 52 responden menyatakan setuju, dan 19 responden menyatakan sangat setuju. MZIS3 terdapat 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 18 responden menyatakan tidak setuju, 54 responden menyatakan setuju, dan 13 responden menyatakan sangat setuju. MSIS4 terdapat 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, 26 responden menyatakan tidak setuju, 44 responden menyatakan setuju, dan 14 responden menyatakan sangat setuju.

C. Uji Hipotesis

Uji t (Analisis Parsial)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi t_{hitung} lebih besar dari 0,05 (signifikansi $t_{hitung} > 0,05$) maka H_0 diterima, maka tidak ada pengaruh antara variabel (X) dan variabel (Y), Sedangkan jika nilai signifikansi dari t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 (signifikansi $t_{hitung} < 0,05$) maka H_0 ditolak, maka ada pengaruh antara variabel (X) dan variabel (Y).

Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi Berdasarkan hasil uji t pada sampel diatas, diperoleh t_{hitung} Variabel

berdasarkan indikator variabel X1 mudah dioperasionalkan, mudah dipelajari, mudah mendonasikan dana dan, mudah untuk menyalurkan bantuan.

Dengan demikian menurut analisa penulis bahwa persepsi kemudahan berdonasi terhadap minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding* terletak pada kemudahan fitur fintech tersebut. Maka dari itu kemudahan harus menjadi perhatian utama agar ZIS mudah dikumpulkan melalui *Fintech*

Tabel. Uji t (Analisis Parsial) Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 2,560 | 1,281 | | 1,998 | ,049 |
| persepsi kemudahan berdonasi | ,153 | ,133 | ,134 | 1,152 | ,253 |
| efektifitas penyaluran | ,601 | ,128 | ,547 | 4,691 | ,000 |

a. Dependent Variable: minat ZIS
Data diolah menggunakan SPSS V. 22

Persepsi Kemudahan Berdonasi pada sampel sebesar 1,153 dengan nilai signifikansi sebesar 0,253 > 0,05. Artinya Kemudahan Berdonasi pada sampel secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding*. Arah pengaruh bertanda negatif menunjukkan bahwa meningkatnya Kemudahan Berdonasi tidak akan membuat Minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding* meningkat

Dalam hal ini kemudahan yang ditawarkan oleh fintech untuk mahasiswa agar mau ber zakat, infaq harus lebih ditingkatkan lagi

Crowdfunding.

Pengaruh Efektifitas Penyaluran Berdasarkan hasil uji t pada sampel diatas, diperoleh t_{hitung} Variabel Efektifitas Penyaluran pada sampel sebesar 4,691 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Artinya Efektifitas Penyaluran pada sampel secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding*. Arah pengaruh bertanda positif menunjukkan bahwa meningkatnya Efektifitas Penyaluran akan membuat Minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding* pun meningkat.

Uji F (Analisis Simultan)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut :

Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa *Persepsi Kemudahan Berdonas (X1)*, dan *Efektifitas Penyaluran (X2)* berpengaruh simultan Terhadap Minat ZIS Menggunakan *Fintech Crowdfunding (Y)*. Dalam hal ini efektifitas penyaluran yang dikelola oleh fintech sudah cukup baik dan diberikan kepada yang berhak menerimanya. berdasarkan indikator variabel X2 efektifitas penyaluran menggunakan *fintech* yaitu disalurkan dengan tepat sasaran, terkoordinasi dan sistematis dengan lembaga ZIS, meningkatkan jumlah donator, meningkatkan kepercayaan donator.

Dengan demikian menurut analisa penulis bahwa efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding* harus dipertahankan agar semakin banyak donatur yang menggunakan layanan *fintech crowdfunding*.

Hasil output pada tabel diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,115 dengan signifikansi 0,000. Hasil dari signifikansi sampel tersebut adalah $0,000 < 0,05$. Itu artinya terdapat penaruh antara variabel *Persepsi Kemudahan Berdonasi (X1)*, dan *Efektifitas Penyaluran (X2) Terhadap Minat ZIS Menggunakan Fintech Crowdfunding (Y)* secara bersama-sama.
Uji R² (Koefisien Determinasi)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut :

Tabel. Hasil Uji R² (koefisien determinasi)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,648 ^a | ,421 | ,407 | 1,803 |

a. Predictors: (Constant), efektifitas penyaluran, persepsi kemudahan berdonasi
Data diolah menggunakan SPSS V.22

Hasil analisis menunjukkan bahwa perhitungan nilai R² sebesar 0,648 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel persepsi kemudahan berdonasi dan efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding* sebesar 64,8% sedangkan 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel. Hasil Uji F (Analisis Simultan) ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 195,846 | 2 | 97,923 | 30,115 | ,000 ^b |
| Residual | 269,886 | 83 | 3,252 | | |
| Total | 465,733 | 85 | | | |

a. Dependent Variable: minat ZIS

b. Predictors: (Constant), efektifitas penyaluran, persepsi kemudahan berdonasi

Data diolah menggunakan SPSS V. 22

IV. KESIMPULAN

Pertama, pengujian yang dilakukan terhadap variabel persepsi kemudahan berdonasi terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding*. Uji hipotesis antara variabel persepsi kemudahan berdonasi terhadap minat

ZIS menggunakan *fintech crowdfunding* menghasilkan nilai negatif, nilai signifikansi sebesar $0,253 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang diberikan oleh fintech belum dapat dirasakan oleh Mahasiswa.

Kedua, pengujian yang dilakukan terhadap variabel efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding*. Uji hipotesis antara variabel efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding* menghasilkan nilai positif, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa efektifitas Penyaluran yang dikelola oleh fintech sudah cukup baik dan diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Ketiga, pengujian yang dilakukan terhadap variabel persepsi kemudahan berdonasi, efektifitas penyaluran terhadap minat ZIS menggunakan *fintech crowdfunding* secara bersama-sama. Hasil uji analisis simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,115 dengan signifikansi 0,000. Hasil dari signifikansi sampel tersebut adalah $0,000 < 0,05$. Itu artinya terdapat pengaruh antara variabel *Persepsi Kemudahan Bberdonasi (X1)*, dan *Efektifitas Penyaluran (X2) Terhadap Minat ZIS Menggunakan Fintech Crowdfunding (Y)* secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

Adam Panji. 2018. *Fikih Muamalah Adabiyah*. PT Refika aditama. Bandung

Rohim, A. N. 2019. "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundrising". Al- Balagh Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 4, NO. 1

Aristiana, Meilika, Bambang Waluyo, dan A. Bakhrul Muchtasib. 2019. "Factors That Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay)." *Internasional Convergence of Zakat Proceedings*, Bandung 3-4 Oktober

Bahrudin, M. B. (2017). *Efektifitas Penyaluran Dana Zakat di BAZNAS Provinsi Jawa Timur*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya: Tidak diterbitkan.

Bungin. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, Kharisma Putra Utama.

Fitriani, H. 2018. "Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia)." *El-Barka Journal of Islamic Economics and Business*, Vol. 1, No. 1

Febriadi, S. R. 2017. "Aplikasi Maqasyid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah." *Amwaluna Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol. 1 No. 2

Firdaus, M. A. 2016. *Metode Penelitian*. 2 ed. Depok, Jelajah Nusa.

Ibdalsyah, Tanjung. 2014. *Fiqih Muamalah Konsep Dan Praktek*. 1 ed. Bogor, Azam Dunya.

Ibdalsyah. 2012. *Tazkiyatun Nafs Jalan Meraih Maghfirah Allah*. Bogor, Azam Dunya.

Istiarni, P. R. D. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan*

- Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNDIP Semarang: Tidak diterbitkan
- Masruroh, S. 2019. "Efektifitas Penyaluran Zakat, Infak Sedekah Melalui Aplikasi Online." *Jurnal Pendidikan* Vol. 2 No. 1
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum Dalam Muamalat*. 1 ed. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Nafiah, R. & Ahmad, F. 2019. "Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah." *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 2
- Nur, S. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar - Dasar Ekonomi Islam*. Bandung, Pustaka Setia.
- Nurhasanah. 2017. *Praktikum Statistik 2 untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat.
- Novitarani, A. & Ro'fah, S. 2018. "Analisis Crowdfunding Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah Compliance serta Implementasinya dalam Produk Perbankan Syariah." *Al-Manahij Jurnal Kajian Hukum Islam*. Vol. 12, No. 2
- Prestama, F. B. , Muhammad, I, & Selamet R. 2019. "Potensi Finansial Teknologi Syariah Dalam Menjangkau Pembiayaan Non-Bank." *Al-Masraf Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* , Vol. 4, No. 2
- Qatrunnada, N. & Indra, M. 2019. "Analisis Akad Murabahah Dan Wakalah Bil Ujrah Pada Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi (Fintech)." *Al- Mizan*, Vol. 3, No. 2
- Rahayu, R. W. 2018. *Penaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay dari PT GOJEK Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta: Tidak diterbitkan
- Semmawi, R. 2010. "Urgensi Akad Dalam Hukum Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* Vol. 8, No. 2
- Siregar. 2011. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta, PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung, Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta, Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. 2019. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta, Pustaka Baru Press.
- Tanjung, Devi. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi, Garmata Publishing.
- Wijayanti, T. 2018. *Pelaksanaan Pemberian Kredit Berbasis Teknologi Informasi Oleh Fintech Kepada Pelaku UKM*. Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhamadiyah Surakarta: Tidak diterbitkan.
- Wildan, M. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UII Walisongo Semarang: Tidak diterbitkan.
- Wulandari, F. E. 2019. *Transaksi Finance Technology Crowdfunding Perspektif*

Hukum Ekonomi Syariah. Tesis
Hukum Ekonomi Syariah IAIN
Tulungagung: Tidak diterbitkan.

Yulianti, R. T. 2008. "*Asas-Asas Perjanjian (Akad) dalam Hukum Kontrak Syari'ah*." *La_Riba* Vol. 2, No. 1

Zatadini, N, Nawa, M & Syamsuri. 2019. "*Risk Mitigation Strategy in Islamic Crowdfunding Institution (Case Study at Islamic Crowdfunding Instituion in Indonesia)*." *Journal of International Conference Proceedings* Vol. 2, No. 3

<https://www.apjii.or.id>

<https://www.bi.go.id>

<https://www.ojk.go.id>

<https://kbbi.kemendikbud.go.id>

<https://republika.co.id>