

ABSTRAK

Platform *e-commerce* pada pembayaran ziswaf telah mampu meningkatkan jumlah pembayaran ziswaf muzakki. Meskipun pengumpulan zakat melalui digital terus mengalami peningkatan, namun pengumpulan zakat secara daring ini belum dapat dikatakan optimal, jika pengumpulan zakat, infaq, shadaqah dan wakaf secara online ini terus ditingkatkan maka akan berdampak positif terhadap organisasi pengelola zakat. Dengan adanya pembaharuan ini masyarakat dapat membayar zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf jauh lebih praktis dan tidak perlu mengunjungi lembaga secara langsung, hal ini akan sangat mempermudah dalam proses penghimpunan dana ziswaf dan mengikuti perkembangan zaman, pembayaran ziswaf melalui *e-commerce* dapat meningkatkan keinginan untuk membayar ziswaf melalui *e-commerce* dan dapat memberi manfaat yang lebih kepada masyarakat luas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, risiko, dan kepercayaan terhadap niat membayar zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ziswaf) melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kota Palembang dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan *skala likert*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Risiko (X3), dan Persepsi Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang. Sedangkan variabel Persepsi Manfaat (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Manfaat, Risiko, Kepercayaan, Niat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (Ziswaf) Melalui E-commerce

ABSTRAK

The e-commerce platform for ziswaf payments has been able to increase the number of ziswaf muzakki payments. Even though digital zakat collection continues to increase, online zakat collection cannot yet be said to be optimal. If online zakat, infaq, shadaqah and waqf collection continues to be improved, it will have a positive impact on zakat management organizations. With this update, people can pay zakat, infaq, shadaqah and waqf much more practically and do not need to visit zakat institutions directly, this will greatly simplify the process of collecting ziswaf funds and keep up with current developments, ziswaf payments via e-commerce can increase The desire to pay ziswaf through e-commerce and be able to provide more benefits to the wider community.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of perceived convenience, benefits, risk, and trust on the intention to pay zakat, infaq, shadaqah, and waqf (ziswaf) through e-commerce for people in Palembang City. The population in this study were Muslim communities in Palembang City with a sample of 100 respondents using the Accidental sampling technique. Data collection techniques using primary data with a Likert scale.

The research results show that the variables Perception of Convenience (X1), Perception of Risk (X3), and Perception of Trust (X4) have a positive and significant effect on the intention to pay ziswaf via e-commerce among people in Palembang City. Meanwhile, the Perceived Benefit variable (X2) has no significant effect on the intention to pay ziswaf via e-commerce among people in Palembang City.

Keywords : Perceived Ease, Benefits, Risk, Trust, Intention to Pay Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf (Ziswaf) Through E-Commerce