



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
MENGUNAKAN *PLATFORM CROWDFUNDING* BERBASIS ZAKAT
UNTUK MENANGGULANGI DAMPAK MERUGIKAN COVID-19
PADA UKM KABUPATEN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:
NURUL MUTIA HIDAYAH
NPM. 21701083021



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Sampel dalam penelitian ini yaitu 52 responden yang merupakan pelaku UKM Kabupaten Nganjuk. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen, diantaranya harapan kinerja (X1), berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 (Y), harapan usaha (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 (Y), pengaruh sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 (Y), kondisi fasilitas (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 (Y). Sedangkan variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 (Y).

Kata Kunci: Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Sosial, Kondisi Fasilitas, Perilaku Konsumen

UNISMA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of performance expectations, business expectations, social influences, and condition of facilities on consumer behavior using the zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the adverse impact of Covid-19 on SMEs in Nganjuk. This type of research is correlational research. The sample in this study was 52 respondents who were SMEs in Nganjuk Regency. The analytical method used is Multiple Linear Regression Analysis using SPSS 20. The results show that the independent variables, including performance expectations (X1), have a positive and significant effect on consumer behavior using the Zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the adverse impact of Covid-19 (Y). Business expectations (X2) have a positive and significant effect on consumer behavior using the zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the adverse impact of Covid-19 (Y). Social influence (X3) has a positive and significant effect on consumer behavior using the zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the adverse impacts of Covid-19 (Y). The condition of the facility (X4) has a positive and significant effect on consumer behavior using the zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the detrimental impact of Covid-19 (Y). At the same time, the variables of performance expectations, business expectations, social influences, and facility conditions have a simultaneous positive and significant effect on consumer behavior using the zakat-based Crowdfunding Platform to overcome the adverse impact of Covid-19.

Keywords: Performance Expectations, Business Expectations, Social, Facility Conditions, Consumer Behavior.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini, Covid-19 sebagai isu global dunia telah menyebar dengan pesat sejak penemuan pertamanya di Kota Wuhan China yang berdasarkan hasil analisis para ahli menyebutkan bahwa virus Covid-19 berasal dari mutasi virus yang ditemukan di dalam tubuh seekor kelelawar. Bermula pada akhir Desember 2019, beberapa masyarakat Kota Wuhan mengalami infeksi paru-paru (*Pneumonia*). Infeksi Paru-paru yang dialami merupakan jenis baru yang belum pernah ada sebelumnya dikarenakan kondisi masyarakat Wuhan saat itu sangatlah progresif sehingga menyebabkan kematian dan sejak saat itu menyebar secara global. Covid-19 hingga saat ini selalu menjadi perbincangan dunia karena menciptakan efek merugikan dari berbagai sektor. Tidak hanya berimbas pada kesehatan saja, Covid-19 yang menyebar secara pesat di dunia juga berakibat terhadap lemahnya perekonomian seluruh negara khususnya Indonesia.

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global>)

Melemahnya perekonomian Indonesia dapat disebabkan karena turunnya permintaan kosmetik kemudian tingkat konsumsi masyarakat lemah akibat turunnya pendapatan. Karena selama ini, konsumsi rumah tangga merupakan salah satu tumpuan utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Adanya kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran pandemi Covid-19 seperti pelaksanaan pembatasan aktivitas sosial

menyebabkan terbatasnya mobilitas dan aktivitas masyarakat yang mengakibatkan menurunnya pendapatan para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Padahal jika kita telusuri kelompok usaha kecil menengah memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan memiliki peranan yang penting dalam perekonomian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari masalah kemiskinan dan pengangguran. UKM sendiri merupakan usaha kecil menengah yang memiliki kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada kuartal pertama 2021 menyebutkan bahwa jumlah usaha kecil menengah di Indonesia tercatat mencapai 64,2 juta. Sehingga kontribusi terhadap PDB mencapai 61.07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. Maka dari itu, UKM mengambil peran penting yang sangat besar dalam pengembangan usaha di Indonesia. UKM juga salah satu cikal bakal dari tumbuhnya suatu usaha besar. Mayoritas usaha besar bermula dari UKM. (<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>)

Kondisi seperti inilah yang mengharuskan semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat untuk mengatasi fenomena ini. Semua upaya dilakukan untuk bertahan hidupnya semua organisasi yang berdiri ketika kondisi pasar tidak stabil. Beberapa praktisi dan akademisi sepakat bahwa solusi untuk mengoptimalkan perekonomian para kelompok UKM adalah dengan menggunakan teknologi keuangan syariah atau disebut

Fintech Syariah dengan model *crowdfunding*. Pengembangan Fintech Syariah dengan model *crowdfunding* ini dinilai sebagai langkah utama yang paling efektif dalam membantu memulihkan perekonomian para kelompok UKM di Indonesia. Di sisi lain, Indonesia sebagai Negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar pendanaan islam seperti zakat, infaq, sedekah merupakan suatu solusi untuk pendanaan atas suatu masalah yang sedang dihadapi masyarakat di tengah pandemi Covid-19 ini. Zakat, wakaf, sedekah, jika dikalkulasikan memiliki prospek yang sangat tinggi. Total keseluruhan potensi zakat di Indonesia sekitar Rp 217 Triliun dari berbagai sumber. Sedangkan potensi sumber daya lainnya berasal dari donasi uang tunai melalui wakaf. (<https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>)

Dari penjelasan tersebut Indonesia mampu melawan dampak ekonomi dari covid-19 terutama pada kelompok UKM lewat optimalisasi dan penggabungan peran Fintech syariah seperti model *Platform Crowdfunding* berbasis zakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat ini sebagai modal layanan pembiayaan untuk mendukung para kelompok UKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia.

Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan *Platform Crowdfunding*, disini peneliti menggunakan konsep *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Teori tersebut digunakan peneliti untuk menguji perilaku

konsumen untuk mengangkat inovasi teknologi. UTAUT adalah teori yang menggabungkan delapan teori untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adaptasi teknologi. Awal mula pengembangan model UTAUT berada dalam empat penentu utama untuk mengadopsi teknologi informasi baru yaitu harapan kinerja, harapan usaha, kondisi fasilitas, pengaruh sosial. Beberapa peneliti lain menggunakan teori ini untuk memahami adopsi teknologi produk dan layanan *Fintech* seperti Yahya & Ahmad (2019) menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan asnaf dalam mengadopsi mobile banking untuk penyaluran zakat menggunakan model UTAUT. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel kecuali harapan usaha berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking untuk distribusi zakat di Selangor, Malaysia.

Penelitian ini akan mengambil objek para kelompok UKM di berbagai daerah Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Ahmad, Tarmidzi, Ridwan, Hamd & Roni (2014) yang menyebutkan bahwa dalam penelitian mereka fokus kepada tujuan untuk mengukur kesadaran sistem zakat secara online di Selangor dan juga untuk menguji sejauh mana pemanfaatan sistem zakat online. Mereka menggunakan teori UTAUT dalam pembayaran zakat sehingga memberikan bukti yang sangat dibutuhkan tentang perlunya meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan zakat secara online. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Untuk**

Menggunakan *Platform Crowdfunding* Berbasis Zakat untuk Menanggulangi Dampak Merugikan Covid-19 Pada UKM Kabupaten Nganjuk”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, dapat diuraikan beberapa rumusan masalah :

1. Apakah harapan kinerja (*performance expentancy*), harapan usaha (*effort expentancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk?
2. Apakah harapan kinerja (*performance experience*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk?
3. Apakah harapan usaha (*effort expentancy*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk?
4. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk?

5. Apakah kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja (*performance expentancy*), harapan usaha (*effort expentancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja (*performance expentancy*) terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh harapan usaha (*effort expentancy*) terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh sosial (*social influence*) terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk

menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.

5. Untuk mengetahui pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.

1.4. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mengembangkan teori dari perilaku konsumen dan teori UTAUT.

b. Bagi Bidang Ilmu

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pengembangan riset dalam bidang *Fintech Syariah* dan implementasi zakat, infaq, shodaqoh, wakaf.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UKM

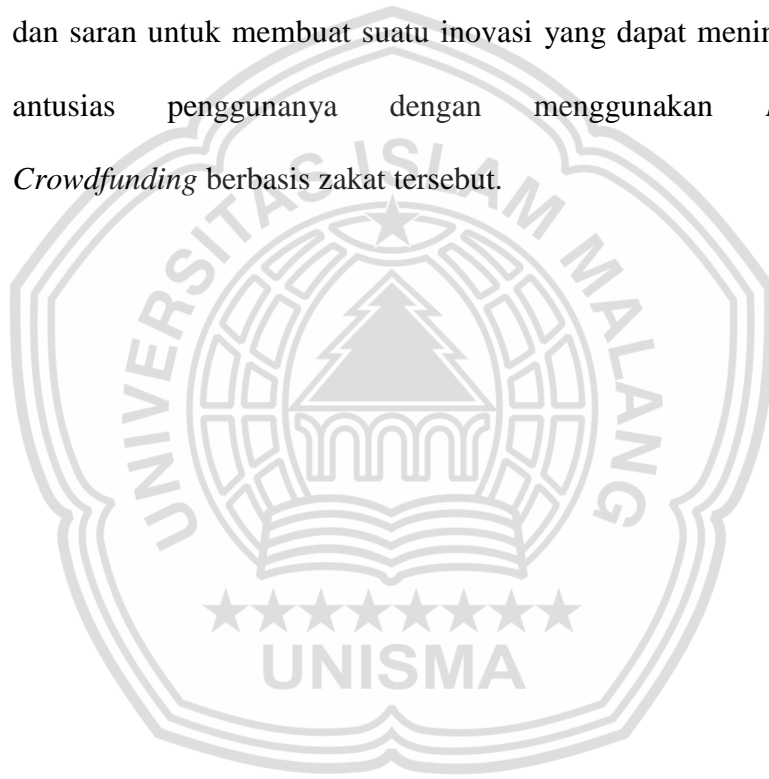
Diharapkan penelitian ini dapat membantu mempermudah para pelaku UKM untuk melakukan zakat melalui *Platform Crowdfunding* sebagai bentuk penanggulangan dampak merugikan Covid-19.

b. Bagi OJK

Diharapkan penelitian ini dapat memberi suatu pengawasan dari OJK supaya tidak menimbulkan problematika di masyarakat.

c. Bagi Perusahaan *Fintech Platform Crowdfunding*

Diharapkan penelitian ini dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* serta hasilnya dapat dijadikan masukan dan saran untuk membuat suatu inovasi yang dapat meningkatkan antusias penggunaannya dengan menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat tersebut.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UMK Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda terdapat simpulan sebagai berikut:

1. Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Faktor Sosial, Kondisi Fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UMK Kabupaten Nganjuk.
2. Harapan Kinerja secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UMK Kabupaten Nganjuk.
3. Harapan Usaha secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UMK Kabupaten Nganjuk.

4. Faktor Sosial secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.
5. Kondisi Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat untuk menanggulangi dampak merugikan Covid-19 pada UKM Kabupaten Nganjuk.

5.2 Keterbatasan

Dalam pelaksanaan penelitian, tentu penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penelitian hanya ditujukan kepada pelaku UKM yang menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat di Kabupaten Nganjuk, sehingga jumlah responden penelitian terbatas dan sedikit. Karena untuk penggunaan *Platform Crowdfunding* di Kabupaten Nganjuk dinilai masih sangat rendah.
2. Metode pengumpulan dengan kuesioner memungkinkan responden mengisi dengan tergesa-gesa sehingga mengakibatkan jawaban yang diberikan tidak menunjukkan hasil yang sesungguhnya.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menggunakan *Platform Crowdfunding* berbasis zakat terdiri dari 4 variabel yaitu, harapan kinerja, harapan usaha, faktor sosial, dan kondisi fasilitas.

5.3 Saran

Adapun saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel penelitian dan memperluas lingkup penelitian, tidak hanya lingkup kabupaten. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan tidak hanya untuk pelaku UKM saja, tetapi juga ditujukan kepada semua sektor pengguna *Platform Crowdfunding* berbasis zakat yang terdampak Covid-19.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa menambah metode pengumpulan data seperti melakukan wawancara. Penelitian dengan wawancara memiliki kelebihan untuk menggali informasi lebih mendalam dan berkualitas. Selain itu, peneliti dapat mengembangkan pertanyaan sesuai dengan situasi terbaru sehingga penelitian mendapatkan hasil yang objektif dan maksimal.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang sama diharapkan untuk mengembangkan variabel-variabel yang belum diteliti. Seperti variabel manfaat yang dirasakan & persepsi kemudahan penggunaan (Thaker et al, 2019), persepsi keamanan, kemudahan sistem, reputasi suatu perusahaan, tingkat religiusitas, inovasi perusahaan, akuntabilitas perusahaan (Zulfian, 2020), digital literasi (Ichwan, 2020), persepsi kepercayaan dan norma subjektif (Linardi & Nur, 2021) agar mendapatkan penelitian yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (50:2), 179-211.
- Al-Qur'an dan Terjemahan.(2012). "Kementerian Agama RI". Jakarta: Kitab Suci Al-Qur'an.
- Anis, F. M., & Kassim, S. H. (2016). Effectiveness of Zakat-Based Programs on Poverty Alleviation and Economic Empowerment of Poor Women: a Case Study of Bangladesh. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 1(2), 229–258. <https://doi.org/10.21098/jimf.v1i2.539>
- Ashiq, M., & Mushtaq, U. (1879). *Konvergensi Crowd Funding dan Zakat Sistem di India : Pendekatan Terpadu*.27–36.
- Belleflamme, P., Lambert, T., and Schwienbacher, A. (2013). "Crowdfunding : Tapping the Right Crowd" *Journal of Business Venturing*.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly* (13:3), 319-339
- Departemen Agama RI, Pola Pembinaan Lembaga Zakat Indonesia, Jakarta.
- Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.(2003).hal. 12.
- Djuanda, Gustian et, al. (2006). *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*. Jakarta. RajaGrafindo Persada.
- E-Firdausy, M. Irfan.(2009). *Dahsyatnya Sedekah*. Yogyakarta:Cemerlang Publishing.
- Ghozali.(2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenegoro.
- Ghozali.(2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenegoro.
- Ghozali.(2009). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenegoro
- <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global>
- <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

<https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>

Ichwan, A. (2020). Pengaruh Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS. *Tesis*.

Kementerian Agama, Undang- Undang Republik Indonesia No: 38 Tahun 1999.

Kotler dan Keller.(2009). “Manajemen Pemasaran” Jilid I. Edisi ke 13, cetakan kedua. PT Indeks Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller.(2008).“Manajemen Pemasaran” Edisi ke 12, cetakan kedua. PTIndeks Jakarta: Erlangga

Linardi, C., & Nur, T. (2021).Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding.*INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249–267. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.181>

Massolution.(2015). “2015CF-Crowdfunding Industry Report.”(http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54)

Mohd Thas Thaker, M. A., Mohd Thas Thaker, H., A.Pitchay, A., & Khaliq, A. (2019).A Proposed Integrated Zakat-Crowdfunding Model (IZCM) for Effective Collection and Distribution of Zakat Fund in Malaysia.*International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 1(2), 1–12

Moore, G., & Benbasat, I. (1991).Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation.*Information System research* (2:3), 192-222.

Muchaddam Fahham. (2011). Paradigma Baru Pengelolaan Zakat di Indonesia.Pusat PengkajianPengolahan Data dan Informasi (P3DI) Volume III Nomor 19 Oktober, P3DI, DPR RIJakarta.

Muhammad. (2002). Zakat Profesi Wacana Pemikirandalam Fiqih Kontemporer, Jakarta: Salemba Diniyah.hal. 10.

Pamungkas, B. T. (2021). *Peranan Organisasi Pengelola Zakat dalam Penanganan Covid-19 di Kabupaten Banyumas The Role Of Zakat Management Organization in Handling Covid-19 in Banyumas Regency*. 2(1), 1–8.

Raiyan, M., & Siregar, M. R. (2021).*Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek Di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19*. 6(1), 150-164

- Shiddieqy, Hasbi (-Ash). (1999). *Pedoman Zakat*. Jakarta: Bulan Bintang. hal. 8.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. BANDUNG AFABETA, CV.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. BANDUNG ALFABETA, CV.
- Sulaeman, S. (2020).A conceptual and empirical study on the development of the Islamic donation-based crowdfunding platform model for micro small and medium-sized enterprises (MSMEs) in times of Covid-19 pandemic in Indonesia.*Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 2(2), 107–122. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol2.iss2.art4>
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020). An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia. *International Conference of Zakat*, 203–218. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020.218>
- Thaker, M. A. M. T., Thaker, H. M. T., and Pitchay, A. A. (2018). “Modeling Crowdfunders’ Behavioral Intention to Adopt the Crowdfunding-Waqf Model(CWM) in Malaysia: The Theory of the Technology Acceptance Model,” *Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. (<https://doi.org/10.1108/IMEFM-06-2017-0157>).
- Thompson, R., Higgins, C., & Howell, J. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly* (15:1), 124-143.
- Valanciene, L., & Jegeleviciute, S. (2014). Crowdfunding for Creating
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science* (45:2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly* (27:3), 425-478.