

Submitted 2023-12-05 | Reviewed 2024-01-08 | Revised 2024-01-31 | Accepted 2024-02-29

Determinan Niat Menggunakan Crowdfunding Syariah Sebagai Solusi Permodalan Umkm (Studi Kasus Generasi Milenial Di Pulau Jawa)

Determinants of Intention to Use Sharia Crowdfunding as a Capital Solution for MSMEs (Case Study of the Millennial Generation on the Island of Java)

Muhammad Agus Futuhul Ma'wa^{1*}

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Email: muhammadagusfutuhulmawa@gmail.com

Nur Aisyah Indarningsih^{2*}

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Email: nuraisyahindarningsih0@gmail.com

Mindo Mursalina Jen³

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong, Papua

Email: mindomursalinajen3@gmail.com

Abstract

The growth and expansion of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) is hampered by a number of challenges, including a lack of funding. For their operations to scale and modernize competitively, they must have access to long-term funding. Various digital-based financing solutions have emerged. Islamic crowdfunding is an alternative way to finance social projects, which is a new development. This research aims to examine the behavioral intentions of millennial MSMEs when using sharia crowdfunding on the island of Java. This research adopts the Technology Acceptance Model (TAM) by adding the sharia compliance variable to the TAM model. The approach used is quantitative, with data analysis techniques in the form of structural equation modeling-PLS (SEM-PLS) with the help of Smart PLS 3 software. The sample in this research was 200 millennial-generation MSMEs on the island of Java. The sampling method used was convenience sampling, which involved distributing an online questionnaire (a Google Form) using a 1–5 Likert scale. The findings of this research offer guidance on the potential for implementing sharia crowdfunding for MSMEs. Therefore, sharia crowdfunding has the potential to ease the government's burdens in providing funds for microbusinesses and improve their skills and mentality to be more independent, creative, and able to promote their products, as well as serve as an endorsement for spreading sharia crowdfunding for MSME capital solutions in Indonesia.

Keywords: *Sharia Crowdfunding; MSMEs; Behavioral intentions.*

Abstrak

Pertumbuhan dan perluasan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) terhambat oleh sejumlah tantangan, termasuk kurangnya pendanaan. Agar operasi mereka dapat ditingkatkan dan dimodernisasi secara kompetitif, mereka harus memiliki akses terhadap

pendanaan jangka panjang. Berbagai solusi pembiayaan berbasis digitalpun bermunculan, Crowdfunding Islami merupakan sebuah cara alternatif untuk membiayai proyek-proyek sosial, yang merupakan sebuah perkembangan baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji niat perilaku UMKM milenial dalam menggunakan crowdfunding syariah di Pulau Jawa. Penelitian ini mengadopsi model Technology Acceptance Model (TAM), dengan menambahkan variabel syariah compliance kedalam model TAM. Pendekatan yang digunakan berupa kuantitatif, dengan teknik analisis data berupa Structural Equation Modeling-PLS (SEM-PLS) dengan bantuan software Smart PLS 3. Sampel dalam penelitian ini adalah 200 pelaku UMKM generasi milenial di Pulau Jawa. Metode sampling yang digunakan adalah convenience sampling, dengan menyebarkan kuesioner online (google form) menggunakan skala Likert 1-5. Temuan penelitian ini menawarkan pedoman bagaimana potensi dalam menerapkan Crowdfunding syariah untuk pelaku UMKM. Oleh karena itu, Crowdfunding syariah mempunyai potensi untuk meringankan beban-beban pemerintah dalam menyediakan dana bagi usaha mikro dan meningkatkan keterampilan dan mentalitas mereka lebih mandiri, kreatif dan mampu mempromosikan produknya, sekaligus sebagai endorses dalam menyebarkan Crowdfunding syariah bagi solusi permodalan UMKM di Indonesia

Kata Kunci: Crowdfunding syariah; UMKM; Niat Perilaku

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan (Kazaure *et al.*, 2021) dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja di Indonesia (Anastasya, 2023). Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang (Anastasya, 2023). Namun, semenjak pandemi COVID-19 telah membawa dampak berbagai tantangan dan menimbulkan ketidakpastian dalam mempertahankannya kelangsungan usaha bagi UMKM termasuk kurangnya pendanaan. UMKM didorong untuk memanfaatkan media digital dan terus berupaya untuk mendorong digitalisasi UMKM (Widyastuti *et al.*, 2023). *Crowdfunding* sebagai salah satu metode alternatif yang paling cepat berkembang untuk mendanai inisiatif bisnis baru di pasar modern (Leonski, 2022).

Crowdfunding dalam berbagai bentuk (donasi, penghargaan, hutang dan ekuitas) merupakan model baru pembiayaan untuk kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam solusi mengatasi kesenjangan permodalan dan implikasi risiko yang dihadapi oleh lembaga keuangan. Bentuk ekuitas dari *Crowdfunding* telah mendapatkan momentum sebagai sumber pendanaan alternatif bagi wirausahawan, terutama bagi perusahaan *start-up* (Sulaiman *et al.*, 2021). *Crowdfunding* yang sesuai syariah memberikan peluang bagi para donatur dan investor UMKM untuk mencapai pembangunan sosial ekonomi dengan pelarangan segala bentuk transaksi berbasis riba. Pembiayaan hendaknya berkaitan dengan sektor riil perekonomian dengan memperhatikan prinsip risiko dan bagi hasil (Sulaiman *et al.*, 2021).

Sejauh ini penelitian beberapa penelien tentang *Crowdfunding* syariah memiliki implikasi unik bagi otoritas pengatur dan praktisi di Malaysia dan industri global dan mengeksplorasi skenario praktis *crowdfunding* lembaga yang bermanfaat bagi industri sejenis di dalam dan luar negeri (Ramli *et al.*, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Hasnan Baber menemukan bahwa mematuhi peraturan Syariah adalah suatu keharusan bagi siapa pun platform *crowdfunding* berencana menargetkan segmen pasar ini dan dapat dirasakan kemudahan penggunaan mempengaruhi kegunaan *crowdfunding*, kemudian membentuknya sikap terhadap *crowdfunding*. Sikap positif terhadap kemauan *crowdfunding* mengarah pada niat untuk menggunakan *crowdfunding* dengan adanya kepatuhan Peraturan syariah (Baber, 2021). *Crowdfunding* bertujuan untuk menyoroti meningkatnya kebutuhan wirausaha, khususnya di Malaysia untuk memiliki alternatif yang sesuai syariah untuk mengumpulkan dana melalui *crowdfunding*. dan memberikan dua kontribusi utama. Pertama, ini memberikan bukti mengenai niat pengusaha Malaysia untuk menggunakan *crowdfunding* untuk penggalangan dana melalui analisis TAM dan SEM. Kedua, mengusulkan kerangka SEC untuk pengembangan wirausaha di Malaysia (Rahman *et al.*, 2020).

Tujuan artikel ini untuk melengkapi penelitian terdahulu yang kurang memperhatikan keragaman variabel dan dimensi persoalan terkait perilaku dan niat generasi milenial dalam merespon keuangan permodalan di era digital saat ini. Secara khusus tulisan ini menunjukkan bahwa digitalisasi permodalan atau *Crowdfunding* syariah di kalangan milenial merupakan dimensi yang perlu dikaji secara komprehensif. Penelitian ini untuk mengetahui Determinan Niat Menggunakan *Crowdfunding* Syariah Sebagai Solusi Permodalan UMKM (Studi Kasus Pelaku UMKM Milenial di Pulau Jawa) sebagai landasan konsep dan inovasi penghimpunan dan pengelolaan permodalan UMKM bagi milenial.

Penelitian ini mengadopsi model *Technology Acceptance Model* (TAM), dengan menambahkan variabel *shariah compliance* kedalam model TAM. Penelitian ini mencoba untuk mengisi kesenjangan penelitian lain. Oleh karena itu, penelitian ini dimulai dengan mengukur pemahaman umum dan penerimaan pengusaha terhadap *Crowdfunding* dengan melakukan survei di provinsi yang ada di Pulau Jawa dan menganalisis data berdasarkan teori (TAM). Penelitian ini disusun dari beberapa bagian. Pertama, menyoroti perkembangan *Crowdfunding* dan isu-isu terkait yang terkait dengannya. Kedua, menganalisis survei yang mengukur niat pengusaha untuk menggunakan *Crowdfunding* melalui model persamaan struktural (SEM).

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

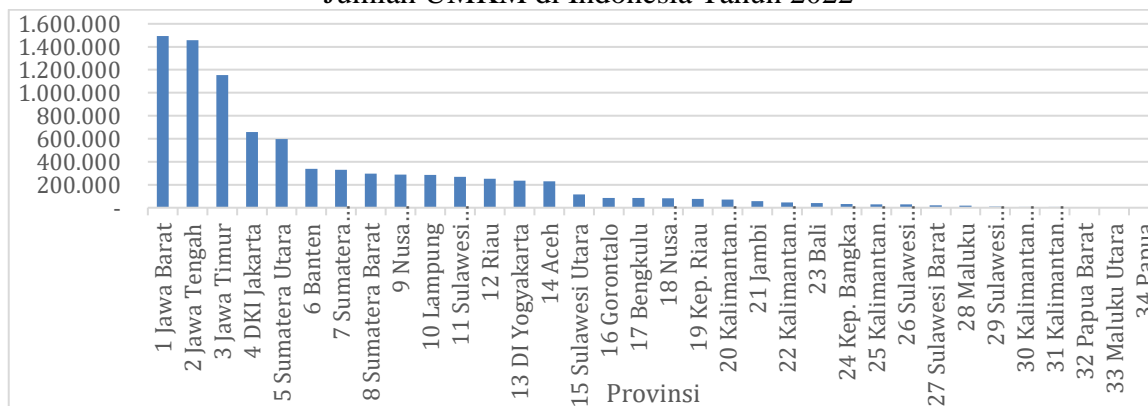
Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 terkait usaha mikro, kecil dan menengah, yang dimaksud dengan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Ekspansi UMKM dapat menjadi pemain penting dalam mendukung perekonomian lokal maupun nasional, khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja. Hal ini didasari oleh semakin banyaknya pengangguran setiap tahunnya karena bertambahnya jumlah penduduk yang disebabkan oleh munculnya lapangan pekerjaan baru yang menunjang seperti jenis pekerjaan UMKM yang relatif padat dan dapat menyerap tenaga kerja yang tidak terserap (Supandi *et al.*, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi tumpuan perekonomian nasional Indonesia. UMKM terus menghadapi tantangan dalam pertumbuhannya, dengan penurunan penjualan yang paling besar. Salah satu tantangan paling mendasar dalam berkembangnya UMKM Masyarakat ini ialah aspek permodalan yang akan berdampak pula pada permasalahan lain seperti permasalahan persediaan bahan baku, penurunan output, terhambatnya distribusi dan PHK pekerja (Purbadharmaja & Widanta, 2023).

Gambar 1
Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022



Sumber: *Online Single Submission - Risk Based Approach (OSS RBA)* (Anastasya, 2023)

Berdasarkan data dari platform Online Single Submission - Risk Based Approach (OSS RBA) jumlah UMKM yang sudah mendaftarkan bisnisnya di platform OSS sudah mencapai 8,71 Juta unit dengan sebaran Provinsi di Pulau Jawa mendominasi jumlah mayoritas skala nasional (1) Jawa Barat 1.494.723 unit umkm, (2) Jawa Tengah 1.457.126 unit umkm, (3) Jawa Timur 1.153.576 unit umkm, (4) DKI Jakarta 658.365 unit umkm (6) Banten 339.001 unit umkm, (13) D.I. Yogyakarta 235.899 unit umkm. Peneliti menyoroti hal ini sebagai masalah krusial yang mengarah pada lemahnya basis permodalan, dengan

pembiayaan yang tepat, UMKM dapat mengatasi permasalahan yang menghambat pertumbuhan dan perkembangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji niat perilaku UMKM milenial dalam menggunakan *Crowdfunding syariah* di Pulau Jawa.

Crowdfunding Syariah

Crowdfunding adalah salah satu inovasi keuangan yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi beberapa tahun terakhir yang dapat membantu mengisi kesenjangan keuangan bagi pengusaha, usaha kecil dan menengah (UKM), serta perusahaan besar (Testa *et al.*, 2022). *Crowdfunding Syariah* menjadi platform investasi dengan memanfaatkan teknologi keuangan dalam bentuk pendanaan kolektif yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah dalam Islam. Dalam konteks *crowdfunding syariah*, pembiayaan dikumpulkan serta disalurkan harus dengan hukum syariah, yang melibatkan penghindaran riba, unsur perjudian serta berorientasi pada prinsip keadilan dan kemaslahatan sesama. Hal ini didasarkan pada prinsip keuangan Islam yang berorientasi pada nilai-nilai keadilan dengan tujuan memanfaatkan sumber daya ekonomi dan keuangan untuk memenuhi kebutuhan material dan sosial anggota masyarakat (Marzban *et al.*, 2014).

Salah satu keunggulan yang ditawarkan *crowdfunding syariah* ialah pengusaha yang mencari investor untuk proyek mereka dapat terhubung dengan banyak dari mereka melalui platform *crowdfunding* online. Melalui platform online yang komprehensif, *crowdfunding* membantu menciptakan kekayaan masyarakat. Hasilnya, jalur ini dianggap sebagai jalur yang kuat serta lebih ekonomis (Ramli *et al.*, 2023). Indonesia juga memiliki beberapa platform *crowdfunding syariah* yang telah berizin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Perbedaan layanan *crowdfunding syariah* dan konvensional terletak pada akad yang digunakan, akad dalam transaksi yang terjadi pada layanan *crowdfunding syariah* berada dalam pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) MUI untuk memastikan tidak ada unsur *maysir* (spekulasi), *gharar* (ketidakpastian) dan bunga (riba) (Abdullah & Susanto, 2019).

Crowdfunding dimulai dengan proses aktifitas kolaboratif online di mana individu, organisasi nirlaba, lembaga hingga pengusaha mengusulkan kepada kelompok lain untuk melakukan tugas sukarela serta saling memberikan manfaat sebagai imbalan atas kapasitas mereka masing-masing, seperti keahlian, dana, pengalaman hingga pengetahuan (Abdullah & Susanto, 2019). *Crowdfunding* menjadi salah satu pilihan pembiayaan tahap awal yang disukai banyak pelaku usaha start-up. Banyak pelaku usaha kreatif yang tidak dapat memperoleh pendanaan dari perbankan karena tingginya risiko pelaku melakukan usaha melawan bank karena bank tidak terjamin tingkat pengembalian modal usaha dan kecukupan asetnya (Masrifah & Novitasari, 2021).

Tabel 1
 Model dan Instrumen *Crowdfunding* Sesuai Syariah

Pembiayaan	Model	Penerima Potensial	Kontrak
Amal	Donasi	Keuangan Micro	Hibah, Qard-hasan Murabahah

Produk	Hadiah	Keuangan Micro Usaha Kecil Startup	Penjualan
Investasi	Utang	Keuangan Micro Usaha Kecil	Murabahah Ijarah
	Ekuitas	Keuangan Micro Startup	Diminishing Musharakah Musharakah

Sumber: (Marzban *et al.*, 2014)

Gambar 2

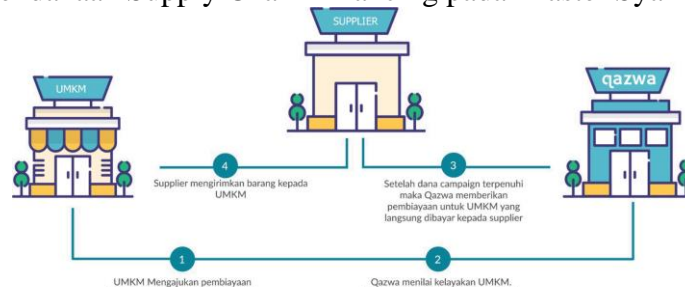
Penyelenggara Fintech Pendanaan Bersama Kluster Syariah yang Berizin di OJK



Sumber: Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (Aslam, 2023)

Gambar 3

Skema Pendanaan Supply Chain Financing pada Kluster Syariah (Qazwa)



Sumber: Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (Aslam, 2023)

Marzban *et al.* (2014) mengungkapkan tiga model pembiayaan yang dapat dimanfaatkan yakni model pendanaan *crowdfunding* berbasis donasi yang bertujuan untuk mengumpulkan dana sumbangan untuk proyek-proyek sosial seperti pembangunan sekolah di desa, renovasi panti asuhan, membantu bencana, membayar zakat, dana abadi dan lain sebagainya. Model layanan *crowdfunding* selanjutnya berbasis produk atau imbalan lain berupa jasa yang digunakan untuk membiayai proyek-proyek industri kreatif seperti start-up dan game dan lain sebagainya. Model layanan *crowdfunding* yang terakhir adalah berbasis investasi yang memiliki jenis model yakni berbasis pinjaman/pembiayaan (utang) dan berbasis ekuitas/kepemilikan. Dalam layanan ini, penyimpan modal disebut sebagai investor, karena mereka akan mendapatkan return atau bagi hasil yang dijanjikan oleh

pihak yang mengajukan kampanye pendanaan melalui platform *crowdfunding* dalam jangka waktu tertentu.

Crowdfunding berbasis ekuitas dapat menjadi salah satu solusi dalam mencari pembiayaan hal ini dikarenakan *equity crowdfunding* menjadi inovasi terkini dalam sumber pembiayaan yang berorientasi pada efisiensi dan efektivitas yang menjadi terobosan dalam pengembangan pasar modal berbasis teknologi finansial (*fintech*). *Crowdfunding* berbasis ekuitas diatur dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 37/POJK.04/2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Dalam aturan tersebut, Otoritas Jasa Keuangan perlu mendukung pelaku usaha start-up seperti UMKM untuk berkontribusi meningkatkan perekonomian nasional dengan menyediakan alternatif sumber pendanaan berbasis teknologi informasi, yakni *equity crowdfunding*.

Equity crowdfunding memiliki beberapa potensi keuntungan diantaranya terdapat dalam kemudahan penggalangan dana yang tidak memakan banyak biaya, tidak memerlukan jaminan khusus sehingga cocok dan sesuai bagi perusahaan start-up dan UMKM yang tidak memiliki banyak asset, tidak mempunyai persyaratan modal minimum kecuali yang telah ditentukan, tidak ada pihak lain yang terlibat kecuali penerbit, pemodal, penyelenggara atau platform *equity crowdfunding* serta OJK sebagai lembaga yang melakukan pengawasan, pembinaan dan pengaturan (Widawati *et al.*, 2020). Santara merupakan salah satu dari berbagai platform *crowdfunding* berbasis ekuitas yang legal atas izin OJK dan bergerak pada bidang pendanaan UMKM (Masrifah & Novitasari, 2021).

Teori *Technology Accepted Model* (TAM)

Theory Acceptance Model (TAM) dipelopori oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. TAM adalah sebuah teori yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan adopsi teknologi oleh individu atau pengguna. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 dan telah menjadi salah satu kerangka kerja yang penting dalam studi penerimaan teknologi. TAM memiliki dua dimensi utama: pertama Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Ini merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut akan mudah. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan mencakup tampilan antarmuka, kegunaan, dan tingkat kesulitan dalam belajar menggunakan teknologi. Kedua Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) Ini merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat yang positif. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi manfaat mencakup bagaimana teknologi tersebut akan meningkatkan produktivitas, efisiensi, atau memenuhi kebutuhan individu (Davis, 1989). Dalam teori ini, jika individu percaya bahwa sebuah teknologi mudah digunakan dan akan memberikan manfaat, maka mereka lebih cenderung menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Persepsi tersebut akan memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi dan akhirnya perilaku penggunaan teknologi. TAM telah banyak digunakan dalam penelitian di berbagai bidang, terutama dalam konteks adopsi teknologi informasi, penggunaan perangkat lunak, dan penerimaan aplikasi digital. Ini membantu perusahaan dan peneliti

untuk memahami dan merancang teknologi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

TAM secara lebih terstruktur melihat penerimaan sebuah sistem teknologi dari aspek-aspek yang dapat mempengaruhi individu sehingga dengan mudah menerima dan memanfaatkan sistem teknologi tersebut. Manfaat yang dirasakan sebagai kemungkinan yang bersifat subjektif dari pengguna suatu sistem teknologi tertentu, sebagai contoh, sistem pembayaran platform tunggal akan meningkatkan kemudahan dalam penggunaan yang berorientasi pada sejauh mana individu mengarpakan kemudahan dari sistem teknologi tersebut (Lai, 2017).

Model *Technology Acceptance* yang diuji dan temuan mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan adalah faktor yang lebih kuat daripada persepsi kemudahan penggunaan yang mendorong adopsi teknologi. Hal ini membuat TAM menjadi mapan sebagai model yang kuat dan hemat untuk memprediksi penerimaan pengguna (Mooya & Phiri, 2021). *Technology Acceptance Model* berfokus pada aspek penerimaan internet serta dapat memberikan dampak pada penggunaannya sehingga teori ini telah terbukti dalam mempresentasikan secara empiris dalam melihat perilaku para pengguna yang dapat menerima dan mengoperasikan teknologi sesuai apa yang diinginkan (Diana Pratiwi *et al.*, 2015).

Pengembangan Hipotesis

Mempelajari niat perilaku terhadap FinTech banyak digunakan dalam riset pemasaran. Namun, studi niat perilaku dalam konteks FinTech Islam relatif sedikit (Darmansyah *et al.*, 2020). Penelitian ini menggunakan model TAM yang perluas, berbagai penelitian telah menggunakan TAM untuk mempelajari niat perilaku masyarakat terhadap berbagai jenis *Crowdfunding* (Baber, 2021; Darmansyah *et al.*, 2020; Kazaure *et al.*, 2021; Rahman *et al.*, 2020). Namun, hanya dua penelitian yang meneliti niat masyarakat terhadap *Crowdfunding* syariah berbasis ekuitas (Kazaure *et al.*, 2021; Rahman *et al.*, 2020). Kedua penelitian tersebut menggunakan TAM untuk menyelidiki niat perilaku, namun variabel *shariah compliance* belum diuji dalam penelitian tersebut.

Persepsi Kegunaan/ Perceived Usefulness (PU)

Salah satu konstruk utama TAM dan varian modifikasinya adalah persepsi kegunaan. Ungkapan “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya” digunakan untuk menggambarkan manfaat yang dirasakan (Davis, 1980). Penelitian yang dilakukan oleh (Baber, 2021) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap menggunakan platform *Crowdfunding*. Selain itu, dalam konteks *Crowdfunding* berbasis ekuitas, penelitian yang dilakukan oleh (Kazaure *et al.*, 2021), menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk mengadopsi layanan *Crowdfunding* syariah di Malaysia. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahman *et al.*, 2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap UMKM untuk mengadopsi *Crowdfunding* ekuitas. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian

pengusaha cukup berhati-hati tentang berbagi ide bisnis mereka secara online. Sejalan dengan masukan dari operator platform *Crowdfunding* di Malaysia yang merupakan beberapa pengusaha, khususnya mereka yang kurang memiliki keterampilan teknologi informasi dan computer, cukup enggan untuk berpartisipasi pada layanan *Crowdfunding*. Dengan begitu Hipotesis yang diajukan yaitu:

H1: Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk mengadopsi *Crowdfunding* syariah.

Persepsi Kemudahan Penggunaan/ *Perceived Ease of Use (PEOU)*

Menurut (Davis, 1980), persepsi kemudahan penggunaan adalah “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan mudah dilakukan”. Menurut (Lacan & Desmet, 2017), persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan memengaruhi sikap terhadap platform dan niat untuk terlibat aktif dalam *Crowdfunding*. Temuan ini mendukung validitas kerangka teoritis TAM untuk platform *Crowdfunding*. Hal ini menunjukkan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan sebagai karakteristik eksternal dipengaruhi oleh risiko transaksi. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman *et al.*, 2020), persepsi kemudahan penggunaan platform *Crowdfunding* berpengaruh positif terhadap sikap. Para pengusaha menyepakati bahwa kemudahan penggunaan *Crowdfunding* dalam memenuhi kebutuhan modalnya, mengingat berdedikasi dukungan yang ditawarkan oleh platform *Crowdfunding*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmansyah *et al.*, 2020), yang menunjukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh pengguna, kesadaran akan *FinTech* adalah bagian dari aktivitas kehidupan sehari-hari mereka yang semakin meningkatkan niat individu. (Baber, 2021) menemukan bahwa hubungan yang signifikan persepsi kemudahan terhadap manfaat yang dirasakan pengguna platform *Crowdfunding*. Berpartisipasi dalam segala bentuk *Crowdfunding* bermanfaat untuk aspek sosial dan ekonomi. *Crowdfunding* membantu orang untuk memulai bisnis mereka melalui ekuitas, penghargaan dan investasi atau membantu orang untuk mendanai suatu tujuan melalui donasi. Dalam studi yang dilakukan oleh (Husin *et al.*, 2020) tentang niat memanfaatkan platform *Crowdfunding* Islami, menemukan bahwa persepsi kegunaan secara langsung mempengaruhi manfaat yang dirasakan untuk menggunakan platform akun investasi.

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk mengadopsi *Crowdfunding* syariah

H3: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan *Crowdfunding* syariah

Kepatuhan Syariah/ *Sharia Compliance (SC)*

Istilah "Syariah" (secara harfiah berarti "jalan atau jalan") mengacu pada hukum yang mengatur setiap aspek kehidupan seorang Muslim. Syariah adalah kumpulan hukum, ajaran, dan pedoman Islam. Saat berinteraksi dengan bank dan organisasi keuangan lainnya, kepatuhan Syariah menunjukkan integritas transaksi keuangan dan memberikan umat Islam kemampuan untuk memenuhi kewajiban agama mereka (Aziah Abu Kasim,

2012). Sehingga, seiring dengan pertumbuhan populasi dan meningkatnya pengetahuan tentang kepatuhan syariah, sangat penting bagi perusahaan untuk mematuhi aturan agama untuk memuaskan klien, khususnya umat Islam (Dawood, 2008).

Jika *Crowdfunding* sesuai dengan hukum syariah dengan tidak melakukan kegiatan usaha yang dilarang (alkohol, babi, narkoba, dan lain-lain), membagi keuntungan dan kerugian, serta tidak memungut bunga pinjaman, maka hal tersebut dapat dikatakan “*sharia compliance*”. Terlepas dari kenyataan bahwa sebagian besar kategori *Crowdfunding* mengikuti prinsip keuangan Islam, kepatuhan syariah tetap diperlukan untuk *Crowdfunding* berbasis pinjaman. Dalam *Crowdfunding* berbasis ekuitas dapat dibandingkan dengan gagasan PLS dalam keuangan Islam. Meskipun *Crowdfunding* berbasis imbalan tidak ada bandingannya dalam keuangan Islam, karena uang ditransfer untuk insentif non-finansial, hal ini tidak bertentangan dengan prinsip-prinsipnya. Namun untuk mematuhi hukum Syariah, *Crowdfunding* berbasis pinjaman harus bebas bunga. Riba, yang didefinisikan sebagai mengambil uang lebih dari yang diperlukan untuk membayar, dilarang dalam Islam (Muneeza *et al.*, 2018). (Baber, 2021) menemukan bahwa kepatuhan terhadap syariah berpengaruh positif terhadap sikap dan niat menggunakan platform *Crowdfunding*. Donasi dianggap sebagai bagian wajib dari Islam dan umat Islam menyumbangkan sebagian dari kekayaan mereka setiap tahun untuk amal. Hal ini dapat mendorong penggunaan *Crowdfunding* berbasis donasi. Selain itu, *sharia compliance* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap niat masyarakat muslim dalam membeli produk keuangan secara online (Chan *et al.*, 2022; Mbawuni & Nimako, 2017; Raza *et al.*, 2021). (Baber & Baki Billah, 2022) menemukan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh terhadap sikap terhadap layanan FinTech.

H4: *Sharia compliance* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk mengadopsi *Crowdfunding* syariah

H5: *Sharia compliance* berpengaruh positif terhadap niat UMKM untuk menggunakan *Crowdfunding* syariah.

Sikap dan Niat

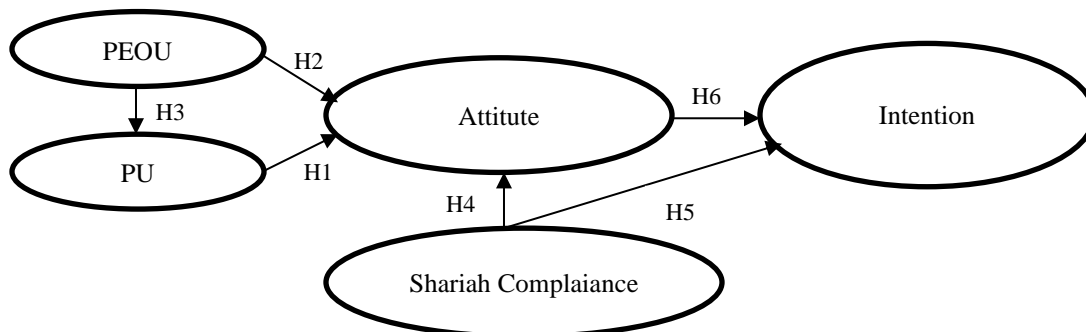
Komponen evaluatif dikenal dengan istilah sikap; "sikap seseorang mewakili evaluasinya terhadap entitas yang bersangkutan" (Ajzen & Fishbein, 1977). Berbagai penelitian dalam konteks keuangan telah membuktikan hubungan antara sikap dan niat (Baber & Baki Billah, 2022; Setiawan *et al.*, 2023; Taufiq *et al.*, 2023). Sikap terhadap fintech dalam membentuk niat berwirausaha (startup), menunjukkan bahwa pelajar yang memiliki sikap lebih positif terhadap fintech lebih besar kemungkinannya untuk memulai sebuah perusahaan Fintech setelah lulus. Berbagai penelitian juga meneliti niat pengusaha terhadap *Crowdfunding*, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Baber, 2021) menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan platform *Crowdfunding*. *Crowdfunding* berbasis donasi nampaknya berpotensi menarik nasabah bank syariah karena mereka wajib mendonasikan hartanya, pelanggan mungkin merasa nyaman untuk memberikan donasi yang mereka sebut zakat dan sedekah secara online dan akan yakin dengan kebutuhan penerima karena informasinya transparan dan tersedia.

H6: Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat UMKM menggunakan *Crowdfunding* syariah

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuantitatif, dengan teknik analisis data berupa *Structural Equation Modeling-PLS* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* Smart PLS.3. Alasan penggunaan teknik ini adalah karena variabel endogen dan eksogen bersifat laten, yaitu diukur dengan beberapa indicator (Hair *et al.*, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM milenial di Pualau Jawa. Metode *sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling* yakni metode pemilihan sampel berdasarkan kemudahan dalam menemukan sample. Dengan menyebarkan kuesioner *online* (*google form*) menggunakan skala Likert 1-5. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) sampel yang memadai adalah sekitar 30 hingga 500 sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelaku UMKM generasi milenial di Pulau Jawa.

Gambar 4
Kerangka Konseptual



Sumber: (Davis, 1980) dan (Baber, 2021)

PEMBAHASAN

Profil demografi responden

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam pengumpulan responden menggunakan kuisisioner yang disebarakan melalui platform *Google Form*, didapatkan profil demografi responden sebagai berikut :

Tabel 2
Profil demografi responden

Demografi	Item	Jumlah	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	94	47
	Perempuan	106	53
Alamat	Jawa Barat	26	13
	Jawa Tengah	46	23

Demografi	Item	Jumlah	Persen (%)
	Jawa Timur	34	17
	DKI Jakarta	22	11
	Banten	18	9
	DI Yogyakarta	54	27
Pendidikan	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA	58	29
	Diploma	10	5
	S1	116	58
	S2	16	8
	S3	0	0
Profesi Utama	Wirausaha	68	34
	Petani	0	0
	Pekerja Swasta	54	27
	Pekerja Negeri	6	3
	Guru/Dosen	12	6
	Pelajar/Mahasiswa	60	30
Pendapatan/Gaji	Kurang dari Rp 2.000.000	42	21
	Rp. 2.000.000 - Rp 4.000.000	82	41
	Rp. 4.000.000 - Rp 6.000.000	54	27
	Rp. 6.000.000 - Rp 8.000.000	14	7
	Rp. 8.000.000 - Rp 10.000.000	4	2
	Lebih dari Rp. 10.000.000	4	2

Sumber: Hasil responden

Responden perempuan berjumlah 53% dan laki-laki 47%. Responden bersal dari provinsi yang berada di pulau jawa, DI Yogyakarta sebanyak 27%, Jawa Tengah sebanyak 23%, Jawa Timur sebanyak 17%, Jawa Barat sebanyak 13%, Banten sebanyak 9%. Status latar pendidikan responden sebagian besar S1 sebesar 58%, SMA sebesar 29%, S2 sebesar 8%, Diploma 5% dan SMP dan SD 0%. Profesi Utama responden adalah sebagai Wirausaha sebanyak 34%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 30%, Pekerja Swasta sebanyak 27%, Guru/Dosen sebanyak 6% dan Pekerja Negeri sebanyak 3% artinya dari 100% responden hanya 34% yang fokus menekuni wirausaha sebagai profesi utama sedangkan sisanya 66% menjadikan wirausaha sebagai pemasukan sampingan diluar pekerjaan utama mereka. Sedangkan untuk pendapatan kebanyakan responden berkisar Rp. 2.000.000 - Rp 4.000.000. Sampel dipilih dari kaum milenial karena mereka lebih memahami penggunaan teknologi digital termasuk tentang *crowdfunding*.

Pengukuran

Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) *Partial Least Square* (PLS). pendekatan, metode non parametrik berdasarkan varian total, menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Reliabilitas konstruk ditemukan dengan memperkirakan hubungan antar pengukuran item dan variabel khususnya. Reliabilitas alfa dan komposit (CR) Cronbach adalah dihitung untuk menguji reliabilitas faktor. Untuk alpha dan CR Cronbach, semua nilai item berada di atas ambang batas 0,7 (Hair *et al.*, 2019) seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3. Nilai AVE menunjukkan sejauh mana item-item tersebut menjelaskan varians konstruk, yang disarankan lebih dari 0,5 (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 3
 Model Pengukuran

Nama Faktor	Item	Pertanyaan Kuesioner	Factor Loading	Alpha	CR	AVE
<i>Persepsi Kegunaan/ Perceived Usefulness (PU)</i>				0.947	0.962	0.862
	PU1	Saya pikir <i>crowdfunding</i> akan membantu saya mendanai proyek	0.941			
	PU2	Saya pikir <i>crowdfunding</i> akan meningkatkan kemungkinan saya untuk mendanai proyek	0.931			
	PU3	Saya pikir <i>crowdfunding</i> akan membantu menyediakan dana untuk proyek dan itu bagus	0.922			
	PU4	Menurut saya platform <i>crowdfunding</i> bermanfaat dalam membantu wirausaha	0.907			
<i>Persepsi Kemudahan Penggunaan/ Perceived Ease of Use (PEOU)</i>				0.944	0.960	0.856
	PEOU1	Mudah bagi saya untuk mempelajari platform <i>crowdfunding</i>	0.934			
	PEOU2	Saya rasa akan mudah untuk mendapatkan platform <i>crowdfunding</i> yang mudah diakses	0.927			
	PEOU3	Mudah bagi saya untuk mengingat cara menggunakan platform <i>crowdfunding</i>	0.916			
	PEOU4	Interaksi saya dengan platform <i>crowdfunding</i> mudah dan dapat dipahami	0.937			

Nama Faktor	Item	Pertanyaan Kuesioner	Factor Loading	Alpha	CR	AVE
<i>Sikap / Attitude (ATT)</i>						
	ATT1	Saya rasa saya ingin berkontribusi terhadap kampanye <i>crowdfunding</i> .	0.951			
	ATT2	Saya mungkin merasa senang berkontribusi pada kampanye <i>crowdfunding</i> .	0.947			
	ATT3	Menurut saya, berkontribusi pada kampanye <i>crowdfunding</i> adalah hal yang menguntungkan bagi saya.	0.947			
	ATT4	Saya memiliki penilaian positif dalam berkontribusi pada kampanye <i>crowdfunding</i> .	0.954			
<i>Kepatuhan Syariah/ Sharia Compliance (SCOM)</i>						
	SCO M1	Saya pikir <i>crowdfunding</i> akan sesuai dengan peraturan syariah.	0.933			
	SCO M2	Menurut saya <i>crowdfunding</i> itu tanpa riba (bunga) dan keuntungan haram.	0.941			
	SCO M3	Saya pikir <i>crowdfunding</i> akan sesuai dengan hukum dan peraturan syariah.	0.950			
<i>Niat / Intention (INT)</i>						
	INTU 1	Penggunaan platform <i>crowdfunding</i> membuat saya merasa puas	0.950			
	INTU 2	Saya yakin saya akan menggunakan platform <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat	0.938			
	INTU 3	Saya ingin menggunakan platform <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat	0.957			
	INTU 4	Saya lebih memilih menggunakan platform <i>crowdfunding</i> untuk mengumpulkan dana dibandingkan metode pendanaan tradisional.	0.938			

Sumber: Hasil Olah data Smart-PLS 3.0

Tabel 4
Validitas Diskriminan

Hipotesis	SCOM	INT	PU	PEOU	ATT
Kepatuhan Syariah/Sharia Compliance (SC)	0.941				
Niat/Intention (INT)	0.924	0.946			
Persepsi Kegunaan/Perceived Usefulness (PU)	0.838	0.882	0.929		
Persepsi Kemudahan Penggunaan/Perceived Ease of Use (PEOU)	0.869	0.886	0.862	0.925	
Sikap/Attitude (ATT)	0.879	0.870	0.813	0.880	0.950

Sumber: Hasil Olah data Smart-PLS 3.0

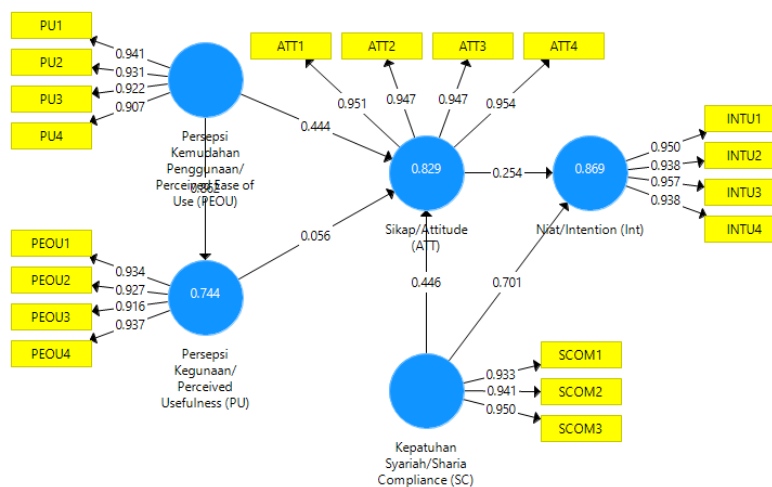
Tabel 5
Nilai *R Square* dan *R Square Adjusted*

	R Square	R Square Adjusted
Niat/Intention (Int)	0.869	0.868
Persepsi Kegunaan/Perceived Usefulness (PU)	0.744	0.742
Sikap/Attitude (ATT)	0.829	0.826

Sumber: Hasil olah data Smart-PLS 3.0

Berdasarkan nilai *R square* dan *adjusted R square* pada tabel 5, dapat dijelaskan bahwa variabilitas konstruk niat/intention, persepsi kegunaan/*perceived usefulness* dan sikap/attitude masing-masing dapat dijelaskan bahwa variabilitas dari variabel independent sebesar 86.9%, 74,4% dan 82,9, sedangkan sisanya 13,1%, 25,6% dan 17,1% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian.

Gambar 5
Koefisien Jalur



Sumber: Hasil Olah data Smart-PLS 3.0

Tabel 6
 Koefisien Jalur

	Hipotesis	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Persepsi Kegunaan/ <i>Perceived Usefulness</i> (PU) -> Sikap/ <i>Attitude</i> (ATT)	0.088	0.641	0.522	Ditolak
H2	Persepsi Kemudahan Penggunaan/ <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) -> Sikap/ <i>Attitude</i> (ATT)	0.088	5.058	0.000	Diterima
H3	Persepsi Kemudahan Penggunaan/ <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) -> Persepsi Kegunaan/ <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.035	24.820	0.000	Diterima
H4	Kepatuhan Syariah/ <i>Sharia Compliance</i> (SCOM) -> Sikap/ <i>Attitude</i> (ATT)	0.074	6.034	0.000	Diterima
H5	Kepatuhan Syariah/ <i>Sharia Compliance</i> (SCOM) -> Niat/ <i>Intention</i> (INT)	0.085	8.295	0.000	Diterima
H6	Sikap/ <i>Attitude</i> (ATT) -> Niat/ <i>Intention</i> (INT)	0.090	2.807	0.005	Diterima

Sumber: Hasil Olah data Smart-PLS 3.0

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap UMKM Generasi Milenial Dalam Mengadopsi Crowdfunding Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa pelaku UMKM generasi milenial di pulau Jawa dalam mengadopsi *crowdfunding syariah* tidak dipengaruhi oleh persepsi kegunaan. Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap UMKM untuk menggunakan platform atau mengadopsi *Crowdfunding* ekuitas. Hal ini didukung dengan adanya unsur kehati-hatian pada sebagian pengusaha tentang berbagi ide bisnis mereka secara online. Sejalan dengan opini para pengguna platform *Crowdfunding* di Indonesia yang merupakan pembisnis ataupun pengusaha, yang memiliki keterbatasan akses dalam hal keterampilan teknologi informasi dan computer ataupun adanya unsur kehati-hatian, cenderung tidak berpartisipasi pada layanan *Crowdfunding*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman *et al.*, (2020) yang tidak menemukan adanya keterkaitan antara persepsi kegunaan terhadap sikap UMKM dalam mengadopsi *crowdfunding syariah*. Dan masih minimnya milenial dalam mencari modal melalui platform *crowdfunding* hal ini menjadi peluang untuk masa depan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap dan Persepsi Kegunaan UMKM Dalam Mengadopsi Crowdfunding Syariah

Hasil menunjukkan bahwa sikap pelaku UMKM generasi milenial di pulau Jawa dalam mengadopsi *crowdfunding syariah* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan.

Para pengusaha menyepakati bahwa kemudahan penggunaan *Crowdfunding* dalam memenuhi kebutuhan modalnya, mengingat besarnya potensi dukungan yang ditawarkan oleh platform *Crowdfunding* (Rahman *et al.*, 2020) Selain itu, generasi yang paham akan cenderung paham akan teknologi percaya bahwa berpartisipasi dalam *crowdfunding* syariah itu mudah dan sudah terjamin kehalalannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baber (2021); Darmansyah *et al.*, (2020); Lacan & Desmet, (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh pengguna, kesadaran akan *FinTech* adalah bagian dari aktivitas kehidupan sehari-hari mereka yang semakin meningkatkan niat individu.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan pelaku UMKM generasi milenial di pulau jawa dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Baber (2021) menemukan bahwa hubungan yang signifikan persepsi kemudahan terhadap manfaat yang dirasakan pengguna platform *Crowdfunding*. Berpartisipasi dalam segala bentuk *Crowdfunding* bermanfaat untuk aspek sosial dan ekonomi. *Crowdfunding* membantu orang untuk memulai bisnis mereka melalui ekuitas, penghargaan dan investasi atau membantu orang untuk mendanai suatu tujuan melalui donasi. Dalam studi yang dilakukan oleh Husin *et al.*, (2020) tentang niat memanfaatkan platform *Crowdfunding* Islami, menemukan bahwa persepsi kegunaan secara langsung mempengaruhi manfaat yang dirasakan untuk menggunakan platform akun investasi.

Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Sikap dan Niat UMKM Dalam Mengadopsi Crowdfunding Syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap sikap dan niat UMKM generasi milenial dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah. Baber, (2021) menemukan bahwa *sharia compliance* berpengaruh positif terhadap sikap dan niat menggunakan platform *Crowdfunding*. Donasi dianggap sebagai bagian wajib dari Islam dan umat Islam menyumbangkan sebagian dari kekayaan mereka setiap tahun untuk amal. Hal ini dapat mendorong penggunaan *Crowdfunding* berbasis donasi. Sama seperti halnya pada pembiayaan syariah, generasi milenial memiliki kesadaran dalam membedakan antara keuangan konvensional dan syariah, sehingga lebih memilih untuk mengadopsi *crowdfunding* syariah yang bebas riba/bunga. Selain itu, *sharia compliance* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap niat masyarakat muslim dalam membeli produk keuangan secara online (Chan *et al.*, 2022; Mbawuni & Nimako, 2017; Raza *et al.*, 2021). (Baber & Baki Billah, 2022) menemukan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh terhadap sikap terhadap layanan *FinTech*.

Sikap Berpengaruh Terhadap Niat UMKM Generasi Milenial Menggunakan Crowdfunding Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, sikap berpengaruh terhadap niat generasi milenial menggunakan *crowdfunding* syariah. Sikap terhadap *fintech* dalam membentuk niat berwirausaha (*startup*), menunjukkan bahwa generasi milenial yang memiliki sikap lebih

positif terhadap fintech lebih besar kemungkinannya untuk memulai sebuah perusahaan Fintech. Berbagai penelitian juga meneliti niat pengusaha terhadap *Crowdfunding*, seperti penelitian yang dilakukan oleh Baber, (2021) menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan platform *Crowdfunding*. *Crowdfunding* berbasis ekuitas nampaknya berpotensi menarik pelaku usaha karena mereka tidak adanya unsur bunga yang dapat memberatkan pelaku usaha, masyarakat mungkin merasa nyaman untuk melakukan pembiayaan syariah secara online dan akan yakin dengan kebutuhan penerima karena informasinya transparan dan tersedia. Berbagai penelitian dalam konteks keuangan juga telah membuktikan hubungan antara sikap dan niat (Baber & Baki Billah, 2022; Setiawan *et al.*, 2023; Taufiq *et al.*, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan validitas sejarah, intensitas niat dalam menggunakan suatu sistem teknologi dapat diuji menggunakan teori *technology accepted model* (TAM) dengan menggunakan variabel-variabel tertentu yang terus berkembang. Dalam penelitian ini, menggunakan kepatuhan syariah (*shariah compliance*) yang dipelajari untuk mengetahui bagaimana sikap dan niat pelaku UMKM generasi milenial pulau Jawa dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah berbasis ekuitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh pada sikap UMKM generasi milenial dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah, faktor kehati-hatian dalam berbagi ide bisnis secara online, terlebih dalam hal keamanan data yang dimiliki, serta ketidaknyamanan informasi teknologi dan komputer yang dialami beberapa pengusaha, dalam mengajukan pembiayaan secara online terlihat sebagai hambatan yang signifikan.

Disamping itu, hasil menunjukkan bahwa sikap pelaku UMKM generasi milenial di pulau Jawa dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM generasi milenial di Jawa percaya bahwa *crowdfunding* syariah mudah dalam hal aksesibilitas serta penggunaannya. Hal-hal seperti proses pendaftaran yang mudah, antarmuka pengguna yang sederhana dan ketersediaan bantuan atau panduan teknis semuanya dapat berkontribusi dalam meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan pelaku UMKM generasi milenial di pulau Jawa dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Jika pelaku UMKM generasi milenial di Pulau Jawa merasa bahwa penggunaan *crowdfunding* syariah adalah proses yang mudah dan nyaman, mereka mungkin lebih cenderung melihatnya sebagai alat yang berguna dan relevan bagi bisnis mereka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap sikap dan niat UMKM generasi milenial dalam mengadopsi *crowdfunding* syariah. Dalam konteks ini, UMKM generasi milenial mungkin memandang *crowdfunding* syariah sebagai pilihan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan prinsip-prinsip keuangan Islam. Ini bisa mencakup aspek-aspek seperti larangan bunga, berbagi risiko serta pematuhan terhadap prinsip-prinsip etika dan moral yang ditetapkan dalam Islam. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan sikap berpengaruh terhadap niat generasi

milenial menggunakan *crowdfunding* syariah. Sikap positif generasi milenial terhadap *crowdfunding syariah* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketiadaan unsur bunga yang sesuai dengan prinsip syariah, kenyamanan dalam pembiayaan online dan transparansi informasi. Hal ini, pada gilirannya dapat meningkatkan niat generasi milenial untuk menggunakan *crowdfunding* syariah berbasis ekuitas karena sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Rekomendasi

Peningkatan penggunaan *crowdfunding* syariah sebagai solusi pembiayaan UMKM memerlukan kerjasama dari berbagai pihak. Bagi Pelaku UMKM harus meningkatkan pendidikan dan kesadaran yang dapat dilakukan melalui lakukan kampanye penyuluhan dan pelatihan untuk memahami manfaat dan proses *crowdfunding* syariah. Disamping itu, harus menyajikan data secara transparansi dan akuntabilitas terhadap informasi proyek yang akan didanai secara transparan, menjelaskan penggunaan dana dan cara investor akan mendapatkan pengembalian. Bagi Institusi Keuangan Syariah dapat berkontribusi pada pengembangan platform *crowdfunding* syariah yang mudah diakses dan sederhana serta memastikan kepatuhan penuh terhadap prinsip-prinsip syariah. Bagi Pemerintah menyelaraskan regulasi yang mendukung dengan mengembangkan regulasi yang mempromosikan perlindungan investor, transparansi dan prinsip syariah dalam *crowdfunding* syariah, memberikan dukungan berbentuk program pelatihan dan sumber daya pendidikan untuk pelaku UMKM, serta membantu memfasilitasi kolaborasi antara pelaku UMKM, lembaga keuangan syariah dan platform *crowdfunding*. Dengan pendidikan yang baik, regulasi yang sesuai, dan kolaborasi yang diberdayakan, *crowdfunding* syariah diharapkan dapat menjadi pilihan yang lebih menarik dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM yang membutuhkan pemodal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: a theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5).
- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Ukmindonesia.Id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Aslam, C. (2023). *Forum Edukasi dan Temu Bisnis Akses Keuangan Syariah untuk UMKM Santri*.
- Aziah Abu Kasim, N. (2012). Disclosure of Shariah compliance by Malaysian takaful companies. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 3(1), 20–38. <https://doi.org/10.1108/17590811211216041>
- Baber, H. (2021). Examining the intentions to use *crowdfunding* platform – an extended technology acceptance model Hasnan Baber. *Int. J. Service, Economics and Management*, 1, 1–15.
- Baber, H., & Baki Billah, N. M. (2022). Fintech and Islamic Banks-an integrative model

- approach to predict the intentions. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 24(2), 24–45. <https://doi.org/10.54609/reaser.v24i2.215>
- Chan, S., Aprilia, C., & Jalaluddin, J. (2022). The role of customer satisfaction in mediating the effect of the evaluation of the bank's compliance with Islamic law on the continuous intention to use Islamic banking among coastal communities. *E3S Web of Conferences*, 339. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202233905010>
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Dawood, M. (2008). Ensuring the Quality of Syariah Advice. *International Financial Center, Dubai*.
- Fred D. Davis, J. (1980). A Technology Acceptance Model For Empirical Testing New End-User Information Systems: Theory and Result. *Science*, 146(3652), 1648–1655. <https://doi.org/10.1126/science.146.3652.1648>
- Hair, J. F. . J., Black, W. ., Babib, B. ., & Anderson, R. . (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Husin, M. ., Haron, R., & Aziz, S. (2020). Adoption of financial technology in Islamic crowd-funding: predicting small and medium-sized enterprises' intention to use the investment account platform. *Impact of Financial Technology (FinTech) on Islamic Finance and Financial Stability, IGI Global, USA*.
- Kazaure, M. A., Abdullah, A. R., Zawawi, D. B., & Hamzah, A. (2021). Determinants of SMEs intention to adopt Islamic *crowdfunding* model in Northwestern Nigeria. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(2), 204–217. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2019-0234>
- Lacan, C., & Desmet, P. (2017). Does the *crowdfunding* platform matter? Risks of negative attitudes in two-sided markets. *Journal of Consumer Marketing*, 34(6), 472–479. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2017-2126>
- Leonski, W. (2022). *Crowdfunding* as an innovative source of financing business initiatives in Poland. *Procedia Computer Science*, 207, 2915–2923. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.09.350>
- Mbawuni, J., & Nimako, S. G. (2017). Determinants of Islamic banking adoption in Ghana. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(2), 264–288. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056>
- Muneeza, A., Arshad, N. A., & Arifin, A. T. (2018). The Application of Blockchain Technology in *Crowdfunding*: Towards Financial Inclusion via Technology. *International Journal of Management and Applied Research*, 5(2), 82–98. <https://doi.org/10.18646/2056.52.18-007>
- Rahman, M. P., Mohd Thas Thaker, M. A., & Duasa, J. (2020). Developing a Sharī'ah-compliant equity-based *crowdfunding* framework for entrepreneurship

- development in Malaysia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 12(2), 239–252. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2018-0085>
- Ramli, H. S., Abdullah, M. F., & Alam, M. K. (2023). Islamic *crowdfunding* practices in Malaysia: a case study on Nusa Kapital. *Asian Journal of Accounting Research*, 8(2), 145–156. <https://doi.org/10.1108/AJAR-11-2021-0248>
- Raza, S. A., Umer, B., Ali, M., & Ashfaq, M. (2021). Do Customers Adopt Auto Ijarah Financing? the Case of Pakistan. *Asian Academy of Management Journal*, 26(2), 75–100. <https://doi.org/10.21315/aamj2021.26.2.4>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for Business*.
- Setiawan, B., Phan, T. D., Medina, J., Wieriks, M., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2023). Quest for financial inclusion via digital financial services (Fintech) during COVID-19 pandemic: case study of women in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing*, 0123456789. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9>
- Sulaiman, S. M., Muhammad, Y., & Muhammad, M. A. (2021). An Assessment of the Intention To Accept the Shariah-Compliant *Crowdfunding* Mode of Financing in Borno State, Nigeria. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(4), 687–708. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i4.1271>
- Taufiq, M., Chung, T. F., & Chrisniyanti, A. (2023). Does Financial Literacy or Digital Literacy Determine a Consumer Use of FinTech? *Lecture Notes in Networks and Systems*, 620 LNNS(March), 289–298. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26953-0_28
- Widyastuti, D. A. R., Wahyuni, H. I., & Wastutiningsih, S. P. (2023). Creating a digital ecosystem for sustainable development: Insights from Indonesian micro, small and medium enterprises. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(1), 27–38. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.1.04>