

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen)

Novelia Dewi Widowati^{1*)}, Rizky Nur Ayuningtyas Putri²⁾

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta

*Email korespondensi: noveliadewiw@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the factors that influence the interest of Sragen Regency muzaki in paying ZIS through digital platform. In this study using a quantitative approach method, the type of data used is primary data obtained from respondents' answers to questionnaires in the form of paper surveys and online surveys, while the data analysis techniques used in supporting this research use the IBM SPSS 26 programme. Respondents in this study were muzaki who had made transactions using digital platform in paying ZIS. The findings in this study indicate that partially literacy, religiosity, and convenience factors have a significant effect, while partially trust and security factors do not have a significant effect. However, simultaneously the factors of literacy, religiosity, trust, convenience and security together have an influence on the interest of Sragen Regency muzaki in paying ZIS through digital platform. The implication of this research in the development of science is to contribute literature regarding the factors that influence the interest of Sragen Regency muzaki in channeling ZIS through digital platform. In addition, the results of this study can be used as a reference for web creators who have digital platform to channel ZIS so that their security is further enhance so that users trust and want to channel their funds online.

Keywords : Literacy, Religiosity, Trust, Convenience, Security

Saran sitasi: Widowati, N. D., & Putri, R. N. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 786-798. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12389>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12389>

1. PENDAHULUAN

Era modern seperti saat ini, perkembangan teknologi mulai dari terciptanya teknologi baru maupun inovasi dari teknologi sebelumnya mengalami kemajuan pesat sebagai jawaban atas kebutuhan manusia akan teknologi untuk menunjang berbagai macam aktivitas. Salah satu bidang yang terdampak akibat dari perkembangan teknologi adalah digitalisasi transaksi keuangan. Saat ini, muncul istilah uang elektronik (*e-money*) yaitu merupakan sebuah perpaduan antara sektor teknologi dan sektor keuangan.

Munculnya inovasi digital bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kinerja lembaga zakat dan sebagai upaya untuk mencapai target dalam penghimpunan dana zakat. Selain itu manfaat lain yang dapat kita peroleh dari kemajuan teknologi sebagai metode yang memudahkan masyarakat untuk membayar zakat, infak dan sedekah, tidak dipungkiri

akan ada beberapa faktor sebagai penentu minat masyarakat untuk menyalurkan dananya melalui digital.

Transaksi digital mulai diadaptasi oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dengan membuka layanan zakat digital atau online melalui *e-zakat* untuk memfasilitasi pembayaran zakat, infak dan sedekah secara digital menggunakan *e-money*. Jika pada umumnya muzaki membayar zakat dengan cara manual langsung datang ke kantor Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) menggunakan uang tunai, saat ini muzaki dapat membayar zakat dengan mudah melalui jejaring internet yakni melalui platform zakat digital. Salah satu dari platform zakat digital di Indonesia yang sudah mengadaptasi layanan secara digital adalah Rumah Zakat, Zakatpedia, Dompot Dhuafa, Kitabisa, Lazismu, BAZNAS, dll. Fitur yang terdapat dalam platform digital akan memudahkan pembayaran ZIS bagi muzaki. Penelitian yang

dilakukan oleh (Kharisma & Jayanto, 2021) menyatakan bahwa muzaki dapat membayarkan zakatnya dari mana saja dan dapat memilih lembaga mana yang akan dijadikan wali penyaluran kepada mustahik tanpa harus datang langsung ke kantor Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).

Optimalisasi digital tampaknya belum menjadi pengaruh muzaki dalam menyalurkan zakatnya. Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh (Antonio et al., 2020) mengindikasikan bahwa peningkatan layanan OPZ pada pengguna aplikasi dan media sosial dalam penyelenggaraan zakat tidak memiliki pengaruh signifikan pada intensi muzaki dalam menyalurkan zakatnya. (Heikal et al., 2019) menyatakan bahwa perilaku muzaki di Banda Aceh memilih untuk menyalurkan zakat langsung ke mustahik dan sebagian kecilnya menyalurkan melalui pemuka agama. Namun, dalam penelitian lain (Aristiana, 2019) menyatakan bahwa pesatnya perkembangan fintech membuat generasi milenial lebih memilih menggunakan platform digital bernama GO-PAY dalam bertransaksi ZIS. Dalam penelitian tersebut disampaikan bahwa faktor religiuitas dan faktor kemudahan tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan platform digital GO-PAY sebagai media dalam membayar ZIS. Dijelaskan bahwa tingkat religiuitas seseorang tidak dapat diukur berdasarkan kecenderungan dalam menggunakan aplikasi GO-PAY sebagai media penyaluran dana ZIS. Dalam peran langsung, banyak orang yang paham agama lebih memilih untuk menyalurkan kewajibannya seperti zakat, maupun sunah seperti infak dan sedekah disalurkan secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan. Selain itu, variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan karena ketatnya persaingan dengan teknologi lain yang juga menjadi hambatan dalam kemudahan GO-PAY, seperti ATM yang sudah lama dikembangkan dan berkolaborasi dengan instansi terkait untuk memfasilitasi masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab mengapa faktor kemudahan tidak mempengaruhi alat pembayaran GO-PAY dalam memberikan kontribusi yang besar terhadap minat masyarakat dalam menyalurkan ZIS.

Menurut (Fauzia, 2021) pengguna layanan *e-money* dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah dapat mempermudah donatur dalam menyalurkan dananya. (Nilawati & Rijal, 2019) menyatakan bahwa

dengan pembayaran zakat online dinilai cukup efektif dan efisien dalam meningkatkan pendapatan zakat. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Kasri & Yuniar, 2021) menyatakan bahwa literasi mengenai zakat dapat mempengaruhi minat muzaki dalam ber-zakat melalui platform digital. (Yusfiarto et al., 2020) menyatakan peran literasi menunjukkan semakin tinggi tingkat penguasaan ilmu tentang zakat, akan berdampak pada tingginya niat muzaki dalam membayar zakat. Sedangkan faktor kepercayaan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Al Athar & Al Arif, 2021) dan (Hamzah & Kurniawan, 2020) menyatakan bahwa faktor kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat muzaki dalam menyalurkan zakat.

Sehubung dengan hal diatas, dibutuhkan riset mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzaki dalam menyalurkan hartanya melalui platform digital. Kajian ini akan menganalisis karakteristik muzaki terkait dengan preferensi dalam menyalurkan zakat beserta faktor pendorong di era digital. (Sofiyawati & Halimah, 2022) memaparkan bahwa era digital mengasumsikan akan menggantikan perilaku muzaki yang menyalurkan zakat secara konvensional atau langsung. Namun, studi mengenai preferensi muzaki menunjukkan bahwa adanya kesenjangan terkait pemanfaatan teknologi digital. Transformasi digital ternyata tidak sepenuhnya mendisrupsi perilaku muzaki dalam penyaluran zakat. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maulidina & Solekah, 2020) menyatakan bahwa muzaki berkeinginan membayar zakat secara langsung ke mustahik karena faktor kemudahan, muzaki juga meyakini bahwa penyaluran zakat secara langsung ke mustahik dapat meningkatkan pahala dan merasa nilai ke-afdhol-an.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat, membuat penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi digital membuat minat muzaki Kabupaten Sragen untuk menyalurkan sebagian hartanya melalui platform digital dan mengetahui faktor apa saja yang memuat muzaki melakukan transaksi ZIS melalui platform digital. Sejalan dengan hal tersebut, dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anggraini & Indrarini, 2022) menyatakan bahwa literasi zakat dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat pada masyarakat di Kabupaten Sidoharjo. Penelitian dari (Soemitra & Nasution, 2021) menyatakan bahwa

kepercayaan dan kemudahan dalam pembayaran digital mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).

KAJIAN TEORI

Minat membayar zakat

Pada dasarnya, keberadaan fintech dapat memberikan kemudahan pelayanan di bidang keuangan seperti proses yang lebih cepat dan bersifat fleksibel. Penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Prijanto, 2021) menyatakan bahwa minat untuk menggunakan layanan zakat digital dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor kemudahan dalam penggunaan. Minat membayar zakat melalui platform digital menurut (Anggraini & Indrarini, 2022) dapat diartikan sebagai kemauan atau ketertarikan seorang muzaki untuk menyalurkan kewajiban zakat dan sunah infak sedekah melalui platform digital, lembaga pengelola zakat, lembaga *crowdfunding*, ataupun lembaga filantropi lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Karmanto & Baskoro, 2020) menyatakan bahwa muzaki yang memiliki minat dalam melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan. Minat membayar zakat pada zakat digital menjadi penting untuk dimiliki oleh muzaki, karena dengan menggunakan zakat digital Lembaga Pengelola Zakat (OPZ) lebih efisien dalam merealisasikan potensi dana zakat dan lebih efektif dalam pemerataan distribusi dana ZIS.

Literasi ZIS

Indonesia merupakan negara mayoritas muslim terbanyak di dunia, namun tidak menjamin kepatuhan masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS kepada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) secara resmi. Dalam penelitian (Soemitra & Nasution, 2021) menjelaskan bahwa literasi dapat dipahami sebagai pengetahuan, pemahaman, dan kemauan seseorang terhadap suatu hal yang bersangkutan. Dapat dipahami bahwa literasi zakat adalah pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang berzakat untuk meningkatkan kesadarannya dalam menunaikan kewajiban membayar zakat. Menurut (Hasanah et al., 2021) menguraikan bahwa literasi erat kaitannya dengan niat seseorang terhadap sesuatu. Dalam hal ini tingginya tingkat literasi zakat akan berdampak pada tingginya niat seseorang dalam membayar zakat. Beberapa penelitian menunjukkan pentingnya literasi

sebagai salah satu faktor penting dalam strategi optimalisasi pengumpulan dana zakat, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Nur et al., 2018), (Yusfiarto et al., 2020) & (Canggih & Indrarini, 2021) menunjukkan bahwa literasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. Artinya, pemahaman yang benar mengenai kewajiban membayar zakat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat.

Religiuitas

Religiuitas menurut (Sofanudin, 2020) menggambarkan tentang keadaan dan ketaatan seseorang dalam meyakini agama melalui pengamalan nilai, kewajiban dan aturan berperilaku sesuai dengan ajaran agama. Religiuitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan keputusan konsumen terhadap produk yang digunakannya. Hal ini didasari oleh sikap yang mendorong mereka untuk selalu taat dan patuh pada aturan yang telah ditentukan oleh Allah SWT (Zahri & Hafasnuddin, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh (Zahri & Hafasnuddin, 2016), (Satrio & Siswanto, 2016) & (Tho'in & Marimin, 2019) menyatakan bahwa faktor religiuitas memengaruhi minat seseorang dalam melakukan suatu aktivitas, khususnya dalam menunaikan kewajibannya yaitu zakat dan sunahnya yaitu infak dan sedekah.

Kepercayaan

Menurut (Dwi, 2019) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat bisa diartikan sebagai kemauan muzaki untuk mengandalkan lembaga zakat guna menyalurkan zakatnya kepada mustahik, karena muzaki yakin lembaga tersebut profesional, amanah, dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi manfaat. Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam menyalurkan ZIS. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aristiana, 2019) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang baik terhadap minat masyarakat dalam menggunakan platform digital sebagai alat sistem pembayaran ZIS. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Rahmani & Erpurini, 2020) menyatakan bahwa kepercayaan dan penerapan teknologi memberikan pengaruh positif yang nyata terhadap minat masyarakat dalam berzakat.

Kemudahan

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. (Nurdin et al., 2020) menjelaskan bahwa kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi pengguna sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual. Persepsi kemudahan dikuatkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Baskoro & Karmanto, 2020) menyatakan bahwa muzaki yang mempunyai intensi untuk melakukan pembayaran ZIS melalui platform *crowdfunding* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor kemudahan dan kepercayaan. Dari penelitian tersebut, didapatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan responden dalam menggunakan platform *crowdfunding* dinyatakan tinggi. Penelitian (Ichwan, 2020) dengan menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) menyatakan bahwa faktor kemudahan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat melalui Fintech GO-PAY. Oleh karena itu, dari penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa faktor kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam membayar zakat melalui platform digital dinilai bahwa muzaki akan cenderung untuk lebih memilih menggunakannya.

Keamanan

Penelitian yang dilakukan oleh (Shareef et al., 2011) menjelaskan keamanan sebagai tingkat dimana pengguna aplikasi menganggap aman untuk menggunakan informasi pribadi dan informasi keuangan selama interaksi dan transaksi melalui situs web, dan pengguna percaya bahwa penyedia layanan tidak mengungkapkan atau membagikan informasi mereka kepada orang lain atau menyalahgunakan atau membagikan informasi mereka kepada orang lain atau menyalahgunakannya untuk tujuan apa pun. Keamanan menurut (Shin, 2010) didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan pengguna bahwa aplikasi yang digunakan dalam bertransaksi online bebas dari risiko sehingga dapat melindungi data pribadi dan

memiliki kemampuan mencegah pihak lain untuk tidak dapat memiliki otoritas mengakses data mereka. Sebagai penguat, keamanan menurut (Taherdoost, 2018) didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna merasa aman saat melakukan transaksi dan seberapa aman perasaan pengguna saat menggunakan layanan digital tertentu. Adapun keamanan yang diberikan oleh penyedia layanan online kepada pengguna adalah keamanan untuk seluruh transaksi dan layanan. Terkait hal tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Khotimah & Larasati, 2019) & (khaira ramadhan, 2021) menyatakan bahwa faktor keamanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan muzaki atau donatur dalam menyalurkan zakatnya melalui platform digital.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2017) adalah metode penelitian yang berlandaskan atas dasar filsafat positivisme sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, rasional, obyektif, sistematis dan terukur. Tujuan menggunakan metode kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan untuk digunakan meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data kuantitatif atau statistik. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *Explanatory Research*. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan *Explanatory Research* sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Alasan dalam menggunakan metode penelitian *Explanatory Research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel dependen yang ada dengan variabel independen. Penelitian ini akan menguji pengaruh hubungan antar variabel.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh atas jawaban responden terhadap kuisioner dalam bentuk survei kertas dan survei online, adapun survei kertas diperoleh dari jawaban responden melalui media cetak berupa kertas dan survei online diperoleh dari jawaban responden dalam bentuk *google form* yang telah dibagikan kepada responden. Selain itu, peneliti mengambil informasi pendukung yang diperoleh dari

jurnal dan laporan yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai data pendukung.

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi adalah keseluruhan atau sekumpulan objek yang mempunyai ciri-ciri yang sama, sedangkan dalam arti luas populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Sragen, berdasarkan data yang diambil dari (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sragen, 2023) jumlah penduduk yang tinggal di Kabupaten Sragen sebanyak 992.243 jiwa. Sampel menurut (Sugiyono, 2017) adalah bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu muslim, domisili Sragen, usia >20 tahun, dan seorang muzaki yang pernah atau sedang menggunakan platform digital untuk menyalurkan dana ZIS. Dalam menentukan besaran jumlah sampel yang akan diambil dari populasi, peneliti menggunakan Rumus *Slovin* dengan tingkat *error* 10% (Sugiyono, 2017), sehingga sampel dapat diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (1)$$

$$n = \frac{992.243}{1+992.243(0,1)^2} = 99,99$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas jumlah minimum sampel yang harus dipenuhi untuk responden dalam penelitian adalah 99,99 responden sehingga dibulatkan menjadi 100 responden. Dalam penelitian ini skala pengukur yang digunakan adalah *skala likert* 1-4, hanya ada empat pilihan jawaban (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju) karena peneliti menghindari jawaban netral dari responden.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini menggunakan program IBM SPSS 26, adapun beberapa metode pengolahan data yang akan digunakan diantaranya adalah Uji Instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, Uji Asumsi Klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta Uji Hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Berikut model dari persamaan Uji Regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- Y : Variabel membayar ZIS pada platform digital (variabel terikat)
 α : Konstanta
 β_1 : Koefisien regresi literasi ZIS
 X_1 : Variabel literasi ZIS (variabel bebas 1)
 β_2 : Koefisien religiuitas
 X_2 : Variabel religiuitas (variabel bebas 2)
 β_3 : Koefisien kepercayaan
 X_3 : Variabel kepercayaan (variabel bebas 3)
 β_4 : Koefisien kemudahan
 X_4 : Variabel kemudahan (variabel bebas 4)
 β_5 : Koefisien keamanan
 X_5 : Variabel keamanan (variabel bebas 5)
 e : Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Sebelum memaparkan hasil analisis yang telah dilakukan, penulis terlebih dahulu akan menjelaskan data yang diperoleh dari hasil jawaban kuisioner yang dilakukan oleh 100 orang responden. Berikut adalah profil hasil jawaban dari responden penelitian yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan:

Tabel 1. Profil Responden

Profil Responden	Jumlah
Umur	
20-30 Tahun	81
31-40 Tahun	13
>40 Tahun	6
Domisili	
Gemolong	4
Gesi	4
Gondang	5
Jenar	3
Kalijambe	1
Karangmalang	6
Kedawung	4
Masaran	5
Miri	5
Mondokan	3
Ngrampal	5
Plupuh	2
Sambirejo	4
Sambung Macan	13
Sidoharjo	6
Sragen	16
Sukodono	5
Sumberlawang	4

Profil Responden	Jumlah
Tangen	4
Tanon	1
Bentuk Survei	
Survei Kertas	85
Survei Online	15

Sumber: Hasil Responden Penelitian. Data Diolah Penulis

Dari tabel dijelaskan bahwa peneliti memilih responden dengan usia >20 tahun karena menganggap masyarakat telah cukup mengetahui tentang literasi dalam membayar zakat, infak, maupun sedekah melalui platform digital, sedangkan pada usia >40 tahun peneliti ingin mengetahui apakah masyarakat dapat memanfaatkan platform digital sebagai media dalam menyalurkan ZIS. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara survei secara online maupun offline ke seluruh Kecamatan yang berada di Kabupaten Sragen dengan mengambil beberapa sampel yang memenuhi kriteria dari peneliti, hal ini dilakukan guna pemerataan dalam memperoleh jawaban dari responden.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	No Soal	Pearson Correlation	r tabel	Ket
Literasi ZIS (X1)	1	0,692	0,1966	Valid
	2	0,595	0,1966	Valid
	3	0,692	0,1966	Valid
	4	0,614	0,1966	Valid
	5	0,673	0,1966	Valid
Religiuitas (X2)	1	0,708	0,1966	Valid
	2	0,754	0,1966	Valid
	3	0,759	0,1966	Valid
	4	0,689	0,1966	Valid
	5	0,660	0,1966	Valid
Kepercayaan (X3)	1	0,565	0,1966	valid
	2	0,644	0,1966	Valid
	3	0,704	0,1966	Valid
	4	0,611	0,1966	Valid
	5	0,605	0,1966	Valid
Kemudahan (X4)	1	0,855	0,1966	Valid
	2	0,845	0,1966	Valid
	3	0,826	0,1966	Valid
	4	0,803	0,1966	Valid
	5	0,559	0,1966	Valid
Keamanan (X5)	1	0,660	0,1966	Valid
	2	0,679	0,1966	Valid
	3	0,611	0,1966	Valid
	4	0,577	0,1966	Valid
	5	0,755	0,1966	Valid

	6	0,759	0,1966	Valid
Minat	1	0,759	0,1966	Valid
Membayar ZIS	2	0,808	0,1966	Valid
(Y)	3	0,786	0,1966	Valid

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Dalam rangka uji validitas pada kuisioner kriteria penguji, apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dengan taraf signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dinyatakan valid, dan sebaliknya jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Di dapatkan nilai $r \text{ tabel}$ dalam penelitian ini sebesar 0,1966. Dapat disimpulkan instrumen penelitian dianggap valid jika nilai *pearson correlation* lebih dari (>) nilai $r \text{ tabel}$ (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini hasil uji validitas pada tiap instrumen pertanyaan memiliki nilai *pearson correlation* lebih dari > 0,1966 sehingga dapat dikatakan semua instrumen pertanyaan pada penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas akan diukur melalui nilai *alpha* atau *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan instrumen pertanyaan pada penelitian tersebut reliabel (Yusuf, 2016). Berikut hasil uji reliabilitas pada tiap variabel:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Ket
Literasi ZIS	0,644	0,60	Reliabel
Religiuitas	0,752	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,611	0,60	Reliabel
Kemudahan	0,820	0,60	Reliabel
Keamanan	0,759	0,60	Reliabel
Minat membayar ZIS pada platform digital	0,682	0,60	Reliabel

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,571 ^a	,326	,293	1,271	1,697

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x4, x1, x3

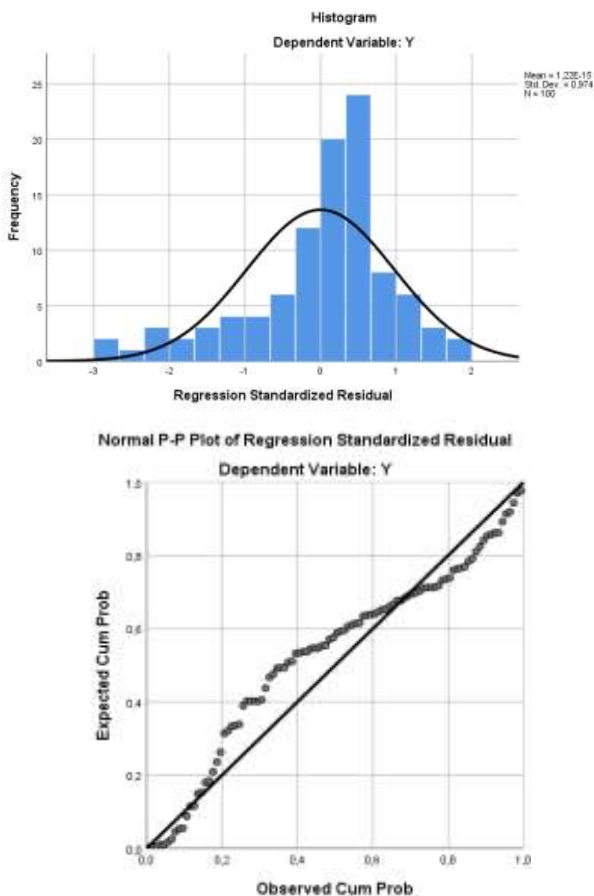
b. Dependent Variable: y

Sumber : Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Waston* diperoleh hasil sebesar 1,697 dengan $N = 100$, $k = 5$ dan $(\alpha) 0,05$. Data dikatakan tidak terjadi gejala autokorelasi apabila memenuhi syarat $DU < DW < 4-DU$. Pada penelitian diperoleh nilai $DL = 1,441$ dan nilai $DU = 1,647$. Jadi nilai uji *Durbin-waston* dalam penelitian adalah $1,647 < 1,697 < 2,353$ dimana nilai *Durbin-Waston* berada diantara DU dan $4-DU$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi dalam sebuah data pada model regresi.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilihat melalui pengamatan pada grafik P-plot. Data dikatakan terdistribusi normal jika grafik histogram menggambarkan seperti lonceng seimbang sedangkan pada grafik P-plot titik-titik data tersebar disekitar garis diagonal mengikuti garis tersebut. Berikut hasil uji normalitas :

Gambar 1. Grafik Histogram dan Grafik P-plot



Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Dari hasil gambar dapat dilihat bahwa kurva membentuk gambar seperti lonceng yang seimbang dan grafik P-plot titik-titik data tersebar disekitar garis

diagonal dan mengikuti garis diagonal. Data disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Selanjutnya adalah uji multikolinearitas, uji dilihat dengan menggunakan metode pengamatan pada nilai *tolerance* atau VIF. Data dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$ pun sebaliknya.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	,607	1,647
	X2	,587	1,704
	X3	,438	2,284
	X4	,450	2,222
	X5	,637	1,571

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Dari nilai *tolerance* dan VIF di atas dapat dilihat bahwa nilai semua variabel independen *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model penelitian.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *glejser*, dimana variabel dapat dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi nya lebih besar ($>$) dari 0,05 (Yusuf, 2016).

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,470	,797		1,844	,068
	X1	-,093	,043	-,276	-2,158	,053
	X2	,079	,049	,210	1,615	,110
	X3	-,015	,041	-,054	-,362	,718
	X4	-,024	,035	-,101	-,683	,496
	X5	,003	,024	,018	,140	,889

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Hasil dinyatakan bahwa semua variabel independen memiliki tingkat signifikansi lebih besar $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data yang di uji tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan melalui program IBM SPSS 26 diketahui hasil dari uji regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,136	1,227		,926	,357		
X1	,163	,066	,241	2,462	,016	,607	1,647
X2	,292	,075	,388	3,888	,000	,587	1,704
X3	-,030	,063	-,055	-,472	,638	,438	2,284
X4	,117	,054	,246	2,163	,033	,450	2,222
X5	-,003	,036	-,007	-,078	,938	,637	1,571

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Dari tabel diatas, di dapatkan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,136 + 0,163 X1 + 0,292 X2 - 0,030 X3 + 0,117 X4 - 0,003 X5 + e \dots\dots (3)$$

- Nilai koefisien konstanta sebesar 1,136 dengan nilai positif, dapat diartikan bahwa jika variabel Literasi ZIS (X1), Religiuitas (X2), Kepercayaan (X3), Kemudahan (X4), dan Keamanan (X5) dianggap konstan maka variabel Minat membayar ZIS pada platform digital akan meningkat sebesar 1,136.
- Nilai koefisien Literasi ZIS (X1) sebesar 0,163 dengan nilai positif, artinya jika X1 meningkat sebesar 1% maka Y mengalami peningkatan sebesar 16,3%.
- Nilai koefisien Religiuitas (X2) sebesar 0,292 dengan nilai positif, artinya jika X2 meningkat sebesar 1% maka Y mengalami peningkatan sebesar 29,2%.
- Nilai koefisien Kepercayaan (X3) sebesar -0,030 dengan nilai negatif, artinya jika X3 meningkat sebesar 1% maka Y mengalami penurunan sebesar 3%.
- Nilai koefisien Kemudahan (X4) sebesar 0,117 dengan nilai positif, artinya jika X4 meningkat sebesar 1% maka Y mengalami peningkatan sebesar 11,7%.
- Nilai koefisien Keamanan (X5) sebesar -0,003 dengan nilai negatif, artinya jika X5 meningkat sebesar 1% maka Y mengalami penurunan sebesar 0,3%

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,451	,422	,894

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X1, X3

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Pada hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai Adjusted R Square yang di dapatkan sebesar 45,1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi ZIS (X1), Religiuitas (X2), Kepercayaan (X3), Kemudahan (X4), dan Keamanan (X5) mampu menjelaskan variabel Minat membayar ZIS pada platform digital (Y) sebesar 45,1% sedangkan sisanya yaitu 54,9% dijelaskan oleh faktor lain.

Selanjutnya adalah uji parsial (Uji t) dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Uji parsial dilakukan dengan menganalisis nilai t tabel dengan t hitung, jika nilai t hitung lebih besar (>) t tabel dapat disimpulkan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Begitupun sebaliknya, apabila nilai t hitung lebih kecil (<) dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2017). Adapun nilai t tabel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 1,661. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Literasi ZIS (X1) sebesar 2,462, Religiuitas (X2) sebesar 3,888, dan Kemudahan (X4) sebesar 2,163 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat membayar ZIS pada platform digital (Y), sedangkan variabel Kepercayaan (X3) sebesar -0,472 dan Keamanan (X5) sebesar -0,078 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat membayar ZIS pada platform digital (Y).

Tabel 9. Hasil Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	61,646	5	12,329	15,431	,000 ^b
Residual	75,104	94	,799		
Total	136,750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X1, X3

Sumber: Olah Data IBM SPSS 26. Data Diolah Penulis

Hasil uji simultan (Uji f) pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai f tabel terhadap nilai f hitung. Jika nilai f tabel lebih besar ($>$) dari f hitung dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017). Menurut (GHOZALI, 2018) uji kelayakan model regresi (Uji f) berfungsi untuk menguji apakah data model regresi dapat digunakan untuk memperkirakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dilakukan secara bersama-sama. Nilai f tabel pada penelitian ini adalah sebesar 1,909 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Setelah dilakukan pengujian, di dapatkan hasil nilai f hitung sebesar 15,431. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa f hitung sebesar 15,431 $>$ f tabel sebesar 1,909 artinya variabel Literasi ZIS (X1), Religiuitas (X2), Kepercayaan (X3), Kemudahan (X4), dan Keamanan (X5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Minat membayar ZIS pada platform digital (Y).

3.2. Pengaruh Literasi ZIS, Religiuitas, dan Kemudahan terhadap Minat membayar ZIS pada Platform Digital studi Muzaki Kabupaten Sragen.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwasanya Literasi ZIS, Religiuitas, dan Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat muzaki membayar ZIS melalui platform digital pada masyarakat Kabupaten Sragen. (Fadhil & Sari, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiuitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan aplikasi fintech GO-PAY. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Astuti & Prijanto, 2021) & (Kurniawati et al., 2020) menyatakan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui platform digital. (Maghfirah, 2020) menyatakan bahwa penggunaan layanan online untuk pembayaran zakat di LAZ kota Yogyakarta memberi dampak kemudahan bagi muzaki dalam menyalurkan zakat sebagai upaya memenuhi kebutuhannya. Dijelaskan bahwa penggunaan media online dalam menghimpun dana zakat merupakan sebuah langkah optimalisasi yang berpengaruh baik terhadap penghimpunan dana zakat di lembaga amil zakat. Di era digital, terlihat jelas bahwa apa yang disuguhkan oleh dunia saat ini adalah segalanya serba mudah, oleh karena itu lembaga zakat terus berupaya untuk

memaksimalkan penerapan hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan kemudahan dalam pembayaran zakat.

Membayar zakat merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengurangi kesenjangan pendapatan dalam masyarakat, supaya tidak menimbulkan konflik dan mengganggu keharmonisan dalam masyarakat (Osmera et al., 2021). Dengan cara ini diharapkan zakat dapat terdistribusi dengan baik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi kelompok yang berhak menerima zakat. Sehingga mereka dapat hidup layak dan mandiri tanpa harus bergantung kepada orang lain.

Kewajiban menunaikan zakat dalam islam, sama kedudukannya dengan kewajiban salat atau rukun islam lainnya. Sebab, zakat merupakan bagian dari rukun islam, yang mesti ditunaikan oleh setiap muslim dengan persyaratan tertentu untuk diberikan kepada kelompok tertentu pula (mustahik). Membayar zakat merupakan ciri utama seorang mukmin, sedangkan tidak melaksanakannya merupakan ciri orang musyrik, bahkan Allah SWT mengancam orang-orang musyrik dan menerangkan ciri-ciri mereka yaitu tidak membayar zakat dan mengingkari hari kiamat, sebagaimana firman-Nya:

وَوَيْلٌ لِّلْمُشْرِكِينَ ۚ الَّذِيْنَ لَا يُؤْتُوْنَ الزَّكٰوةَ وَهُمْ بِاٰخِرَةِ هُمْ
كَفٰرُوْنَ

Artinya: “Dan celakalah bagi orang-orang yang mempersekutukan-(Nya), (yaitu) orang-orang yang tidak menunaikan zakat dan mereka ingkar terhadap kehidupan akhirat.” (QS. Fussilat: 6-7)

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa menunaikan zakat hukumnya adalah wajib dan menjadi sifat bagi orang yang beriman serta membuang sifat-sifat orang yang musyrik.

3.3. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat membayar ZIS pada Platform Digital studi Muzaki Kabupaten Sragen.

Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzaki Kabupaten Sragen dalam membayar ZIS pada platform digital. Minat dalam membayar ZIS melalui platform digital menjadi hal yang penting untuk dimiliki bagi seorang muzaki, karena dengan menggunakan zakat digital

lembaga pengelola zakat lebih efisien dalam mengoptimalkan dana zakat dan lebih efektif dalam pemerataan distribusi dana zakat. Nampaknya, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maulidina & Solekah, 2020) menjelaskan bahwa transformasi digital ternyata belum sepenuhnya merubah perilaku muzaki dalam menyalurkan zakat. Umumnya muzaki ingin membayar zakat langsung kepada mustahik demi kemudahan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Heikal et al., 2019) menemukan bahwa perilaku muzaki di Kota Banda Aceh menunjukkan temuan yaitu sebagian besar masyarakat memilih untuk menyalurkan zakat secara langsung ke mustahik dan sebagian kecilnya menyalurkan melalui pemuka agama setempat. Muzaki Kota Banda Aceh meyakini dengan menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik maka dapat meningkatkan pahala dan mengenalkan masyarakat akan nilai ke-afdholan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa transformasi digital dalam penyelenggaraan zakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada intensi muzaki dalam menyalurkan zakatnya (Antonio et al., 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (khaira ramadhan, 2021) menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh muzaki dan donatur terhadap pembayaran ZIS melalui *e-wallet*. (Fatmawati et al., 2016) menyatakan pengelolaan dana zakat di Indonesia terhitung sangat minim dalam pelaksanaan prinsip GCG, salah satunya adalah prinsip transparansi. Kurangnya keterbukaan informasi kepada masyarakat juga menjadi salah satu kendala dalam penggunaan fitur ZIS yang terdapat pada platform digital.

Di sisi lain (Shareef et al., 2011) menjelaskan bahwa keamanan sebagai tingkat dimana pengguna aplikasi menganggap bahwa aman untuk mengungkapkan informasi pribadi dan informasi keuangan selama melakukan transaksi melalui situs web dan pengguna meyakini bahwa penyedia layanan tidak akan mengungkapkan atau berbagi informasi mereka dengan orang lain atau menyalahgunakan dengan tujuan apa pun.

Keamanan dalam transaksi online merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat pengguna dalam transaksi online. Selain itu, menurut (Shah et al., 2014) menyatakan bahwa fitur keamanan dalam sebuah web memiliki peran penting terhadap perilaku pengguna online dalam mengambil keputusan saat bertransaksi online. Dalam hal ini

keamanan yang diberikan oleh penyedia jasa online terhadap pengguna merupakan keamanan atas keseluruhan transaksi dan layanan. (Kim et al., 2010) menyatakan bahwa 95% pengguna khawatir tentang keamanan saat mengungkapkan informasi pribadi di internet, hal ini menunjukkan bahwa faktor keberhasilan dalam transaksi online adalah dapat menumbuhkan rasa keamanan terhadap pengguna.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa minat muzaki Kabupaten Sragen dalam memanfaatkan platform digital dipengaruhi oleh Literasi ZIS, Religiusitas dan Kemudahan. Faktor literasi memiliki pengaruh secara signifikan, ditunjukkan oleh kesadaran dan pemahaman muzaki dalam menunaikan kewajiban membayar zakat dan kesadaran untuk membantu sesama melalui infak dan sedekah. Faktor religiusitas dan kemudahan menunjukkan bahwa muzaki di Kabupaten Sragen telah yakin dengan mengeluarkan sebagian harta merupakan perintah dari Allah SWT, selain itu faktor kemudahan dalam bertransaksi membuat muzaki merasa lebih efektif dan efisien dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah.

Sedangkan faktor kepercayaan dan keamanan secara parsial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat muzaki di Kabupaten Sragen untuk memanfaatkan platform digital, dapat disimpulkan bahwa muzaki di Kabupaten Sragen belum bisa mengandalkan platform digital sebagai media dalam menyalurkan sebagian hartanya. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Aswandi et al., 2020) menyatakan bahwa dalam bertransaksi melalui media online memiliki dampak pada sistem keamanannya seperti seperti penyalahgunaan data dan informasi pribadi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pembuat web yang memiliki platform digital untuk menyalurkan ZIS agar keamanannya lebih ditingkatkan sehingga pengguna percaya dan menyalurkan dananya secara online.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UIN Raden Mas Said Surakarta khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bantuan berupa fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik dan lancar serta dukungan yang tidak terbatas kepada penulis sebagai

mahasiswa untuk terus berkembang. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua dan Ibu Rizky Nur Ayuningtyas selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, dan arahan kepada penulis sehingga diberikan kemudahan dalam pengerjaan artikel ini.

6. REFERENSI

- Al Athar, M. D., & Al Arif, M. N. R. (2021). The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 5(1), 38–47. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v5i1.3675>
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-66>
- Antonio, M. S., Laela, S. F., & Al Ghifari, D. M. (2020). Optimizing Zakat Collection in the Digital Era: Muzakki's perception. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 235–254.
- Aristiana, M. (2019). THE Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay). *International Conference of Zakat*, 2017, 50–59. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.156>
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara 'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Aswandi, R., Muchin, P. R. N., & Sultan, M. (2020). Perlindungan Data Dan Informasi Pribadi Melalui Indonesian Data Protection System (Idps). *Legislatif*, 167–190.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sragen. (2023). *Kabupaten Sragen Dalam Angka Tahun 2023*. 1–424.
- Baskoro, B. D., & Karmanto, G. D. (2020). Intensi Masyarakat Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (Zis) Melalui Penggunaan Platform Crowdfunding. *Point*, 2(2), 95–109. <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.748>
- Canggih, C., & Indrarini, R. (2021). Apakah Literasi Mempengaruhi Penerimaan Zakat? *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 11(1), 1–11.
- Dwi, I. (2019). Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Inte. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Fadhil, M., & Sari, L. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan GoPay. *Veteran Economics, Management, & Accounting Review*, 1(1), 61–73.
- Fatmawati, E., Nurhasanah, N., & Nurdin. (2016). Analisis Implementasi Prinsip Transparansi dalam Pengelolaan Zakat di Badan Amil Zakat (BAZ) Kota Bandung. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 393–400.
- Fauzia, I. Y. (2021). [JAFUNG] Peran E-wallet dalam Penghimpunan Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi Kasus pada OVO, Go-Pay, Dana, dan Link-Aja). *Journal of Business and Banking*, 11(1), 113–127.
- GHOZALI, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Hasanah, U., Maghfur, M., & Qomar, M. N. (2021). Literasi Zakat: Interpretasi Masyarakat Terhadap Kewajiban Membayar Zakat. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(1), 83–92.
- Heikal, M., Asbar, Y., Khaddafi, M., Saputra, J., & Ikhsan, A. (2019). Modelling of the zakat payment behaviour in aceh, Indonesia. *Opcion*, 35(Special Issue 22), 1321–1335.
- Ichwan, A. (2020). The Effect of Technology Acceptance Model on Muzakki's Decision to Pay Zakat through Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135.
- Karmanto, G. D., & Baskoro, B. D. (2020). Penggunaan platform crowdfunding dalam menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah (zis): studi intensi masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1–15.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379.
- khaira ramadhan, U. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN, TRANSPARASI TERHADAP KEPUTUSAN DONATUR DAN MUZAKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, SEDEKAH MELALUI PLATFORM E-WALLET* (Vol. 3, Issue 2). UIN SYARIF DIDAYATULLAH JAKARTA.

- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Khotimah, W. Q., & Larasati, M. (2019). Hubungan Keamanan Persepsian Terhadap Intensi Muzaki Membayar Zakat Menggunakan Aplikasi Digital. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3(1), 68–80.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134>
- Maghfirah, F. (2020). Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online. *Az Zarqa'*, Vol. 12, N(2), 58–76.
- Maulidina, I. H., & Solekah, N. A. (2020). Antecedent Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 235–254.
- Nilawati, N., & Rijal, K. (2019). Potensi pembayaran zakat secara online dan offline serta realisasi dana zakat indonesia. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 5(2), 116–131.
- Nur, S., Rofiqoh, I., Ala'uddin, M., & Hasanah, N. (2018). Annual Conference on Community Engagement STRATEGI FUNDRISE ZAKAT: LITERASI ZAKAT PRODUKTIF DAN ZAKAT PROFESI (Studi Pada BMT MUDA Jatim Mitra Inisiatif Zakat Indonesia). *Annual Conference on Community Engagement*, 557–575.
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Osmera, S. H., Wahid, H., & Mohd Noor, M. A. (2021). Sustainable zakat distribution through wakalah contract. *International Journal of Zakat*, 6(1), 49–70.
- Rahmani, H. F., & Erpurini, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Penerapan Teknologi Aplikasi Zakat Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berzakat. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 639–648. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i2.11324>
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis faktor pendapatan, kepercayaan dan religiusitas dalam mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat penghasilan melalui lembaga amil zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1(4), 308–315.
- Shah, M. H., Peikari, H. R., & Yasin, N. M. (2014). The determinants of individuals' perceived e-security: Evidence from Malaysia. *International Journal of Information Management*, 34(1), 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.10.001>
- Shareef, M. A., Kumar, V., Kumar, U., & Dwivedi, Y. K. (2011). E-Government Adoption Model (GAM): Differing service maturity levels. *Government Information Quarterly*, 28(1), 17–35. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.05.006>
- Shin, D. (2010). Ubiquitous computing acceptance model: end user concern about security, privacy and risk. *International Journal of Mobile Communications*, 8(2), 169–186.
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations. *5th International Conference Of Zakat (ICONZ)*, 323–335.
- Sofanudin, A. (2020). *Literasi keagamaan dan karakter peserta didik*. Diva Press.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R dan D* (Cet. 25.). Bandung: Alfabeta, 2017.
- Taherdoost, H. (2018). Development of an adoption model to assess user acceptance of e-service technology: E-Service Technology Acceptance Model. *Behaviour & Information Technology*, 37(2), 173–197.
- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 225. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>

- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Setia Nugraha, S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15–27.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.
- Zahri, Y., & Hafasnuddin. (2016). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 1(1), 75–91.