

Faktor-Faktor Penggunaan Platform Digital dalam Pembayaran Zakat pada Generasi Muda Muslim di Indonesia

Ghefira Putri Rukma Kuncaraningrum^{1✉} Dewita Puspawati²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini berupaya untuk mengkaji faktor-faktor penentu yang membentuk niat demografis muda Muslim di Indonesia mengenai pemanfaatan platform digital untuk pembayaran zakat, menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) sebagai kerangka teoritis. Metodologi kuantitatif diadopsi, yang melibatkan distribusi kuesioner terstruktur ke sampel 300 peserta, dengan analisis data dilakukan melalui Partial Least Squares (PLS). Temuan menunjukkan bahwa harapan kinerja dan pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi niat untuk terlibat dalam pembayaran zakat melalui platform digital, sedangkan harapan upaya, kepercayaan, literasi zakat, dan infrastruktur digital tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Keaslian penyelidikan ini terletak pada konsentrasinya pada kelompok Muslim muda di Indonesia, di samping penggabungan variabel kepercayaan, literasi zakat, dan infrastruktur digital dalam model UTAUT. Studi ini menawarkan wawasan berharga bagi organisasi manajemen zakat untuk meningkatkan strategi digitalisasi mereka, meningkatkan kepercayaan, dan mempromosikan keterlibatan yang lebih besar di antara kaum muda dalam kontribusi zakat online.

Kata Kunci: Zakat Digital, Generasi Muda, UTAUT, Niat Penggunaan, Transformasi Digital

Abstract

This research boldly investigates the factors driving young Indonesian Muslims' desire to utilize digital platforms for zakat payments, leveraging the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Adopting a quantitative methodology, data was gathered through surveys administered to 300 participants and evaluated using Partial Least Squares (PLS). The results demonstrate that performance expectancy and social influence significantly impact the intention to make zakat payments through digital means, while effort expectancy, trust, zakat literacy, and digital infrastructure fail to show any significant effect. The uniqueness of this study is anchored in its concentrated examination of the youthful Muslim population in Indonesia and its incorporation of trust, zakat literacy, and digital infrastructure factors within the UTAUT model. This research provides essential insights for zakat management organizations aiming to elevate their digital strategies, boost public trust, and encourage increased involvement from young Muslims in digital zakat payment activities.

Keyword: Digital Zakat, Young Generation, UTAUT, Intention to Use, Digital Transformation

Copyright (c) 2026 Ghefira Putri Rukma Kuncaraningrum¹

✉ Corresponding author :

Email Address : b200220561@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Islam adalah agama teladan karena mencakup semua aspek keberadaan manusia, termasuk ibadah, politik, interaksi sosial, dan kegiatan ekonomi, dengan tujuan membantu individu dalam menjalani kehidupan yang bermakna dan sejahtera,

daripada membatasi mereka (Fathoni et al., 2020). Setiap Muslim diberi mandat untuk mematuhi perintah ilahi, salah satunya adalah praktik zakat, yang diakui sebagai pilar ketiga Islam. Zakat memenuhi peran sosial ekonomi yang vital, yang bertujuan mempromosikan kesetaraan dalam kesejahteraan dengan mendistribusikan kembali sebagian kekayaan dari muzaki ke mustahik (Hidayat & Mukhlisin, 2020). Selain menjadi kewajiban agama, zakat juga merupakan mekanisme potensial untuk meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan ketika dikelola secara efektif. Ketentuan yang berkaitan dengan zakat diulangi dalam Al-Qur'an, terutama dalam QS. At-Taubah ayat 103, yang mengartikulasikan bahwa zakat berfungsi untuk memurnikan dan membersihkan kekayaan (Rinaldi & Devi, 2022).

Dari sudut pandang ekonomi, zakat memiliki implikasi yang luas, karena dapat merangsang konsumsi, memfasilitasi redistribusi kekayaan, dan meningkatkan kesejahteraan nasional, sehingga memperkuat ikatan sosial komunal (Khairrani et al., 2022). Di era digital kontemporer, kemajuan teknologi menghasilkan manfaat seperti peningkatan layanan dan penghasil pendapatan, meskipun mereka juga membawa risiko menghasilkan limbah (Haryanto et al., 2023). Inovasi teknologi ini mendukung upaya amal Islam dan menyederhanakan penyebaran informasi dan pelaksanaannya (Firdaus et al., 2023). Proses digitalisasi, khususnya melalui platform dan aplikasi media sosial, mempromosikan kenyamanan pembayaran online untuk zakat, infak, dan sedekah, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung berteknologi (Kharisma. P. & Jayanto. HAL. Y., 2021). Transformasi digital zakat meningkatkan efisiensi dalam pengumpulan, distribusi, dan prosedur operasional, sehingga mengoptimalkan dampaknya terhadap pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan (Ghofar et al., 2024). Mengenai adopsi teknologi, harapan kinerja muncul sebagai penentu penting; ini mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa memanfaatkan sistem akan meningkatkan kinerja dan menghasilkan manfaat dalam tugas-tugas tertentu (Yanto Hiu & Anastasia, 2020). Ketika kepercayaan pada kesederhanaan dan keunggulan teknologi pembayaran digital meningkat, demikian juga kemungkinan individu yang berniat untuk menggunakannya (Pangestu & Karolus Pasaribu, 2022).

Upaya Harapan menggambarkan kepercayaan individu mengenai keramahan pengguna teknologi baru, berkorelasi dengan jumlah tenaga yang diperlukan untuk menggunakan sistem atau peralatan teknologi (Anjaswati & Berakon, 2022). Konsep ini tidak hanya meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi tetapi juga menambah perolehan keterampilan dan memfasilitasi kemudahan operasional berbagai sistem (Kusumaningrum & Mahardika, 2024). Selanjutnya, harapan upaya merangkum sudut pandang pengguna dalam terlibat dengan teknologi digital, terutama mengenai aksesibilitas fitur keamanan dan fungsi tambahan (Nurul Akmal, 2022). Pengaruh Sosif menunjukkan dampak norma, tindakan, dan perilaku masyarakat yang membentuk dinamika komunikasi individu dan kolektif (Handayani, 2021). Potensi pengaruh sosial signifikan dalam bidang pengambilan keputusan (Sopian et al., 2024) dan berkontribusi pada pembentukan keyakinan, emosi, dan perilaku yang memuncak dalam pergeseran sikap (Hadi, 2021). Selain itu, pengaruh sosial memainkan peran penting dalam membentuk perspektif kaum muda mengenai keterlibatan mereka dengan platform media sosial (Sopian et al., 2024).

Kepercayaan mewujudkan kesiapan individu untuk menempatkan kepercayaan pada entitas lain, mengantisipasi bahwa entitas ini akan melakukan tindakan penting bagi mereka (Al Gazali & Anwar, 2023). Ini juga merupakan bentuk

dukungan konsumen untuk beragam inisiatif yang bertujuan memenuhi kebutuhan mereka (Ramadya Sari et al., 2022), dan berfungsi sebagai elemen dasar untuk hubungan berkelanjutan dalam konteks transaksional (Ibrahim & Moeliono, 2020). Literasi zakat berperan penting dalam menumbuhkan kesadaran mengenai pembayaran zakat, difasilitasi melalui kemampuan membaca, memahami, menghitung, dan memperoleh pengetahuan terkait zakat (Al Gazali & Anwar, 2023). Literasi ini meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan individu dalam memenuhi kewajiban zakat, sehingga mengoptimalkan potensi zakat (Dwi Aryani & Rosyid, 2023), dan dapat lebih diberdayakan melalui berbagai platform digital (Brilianty, 2022). Infrastruktur digital merupakan sistem teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan fungsionalitas digital termasuk penyimpanan dan layanan komputasi, di samping kemajuan TIK yang cepat (Setiawan et al., 2023). Infrastruktur ini berfungsi sebagai elemen dasar dari sistem komputasi yang menghubungkan individu, kolektif, dan institusi dalam skala global (Supa, 2023), sementara juga mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan merata (Koswara, 2024). Investigasi ini mereplikasi penelitian sebelumnya (Ghofar et al., 2024), meskipun dengan variasi pada tahun dan fokus demografis, berpusat pada demografi Muslim muda di Indonesia. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa faktor-faktor penentu yang mempengaruhi pemanfaatan platform digital untuk pembayaran zakat di kalangan penduduk muda Muslim di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Penelitian ini menggunakan Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT), yang dibuat melalui penggabungan menyeluruh dari berbagai studi sebelumnya tentang penerimaan dan penggunaan teknologi. Model UTAUT mencakup delapan teori dan kerangka kerja dasar, yaitu Teori Tindakan Beralasan, Model Penerimaan Teknologi, Model Motivasi, Teori Perilaku Terencana, Gabungan TAM dan TPB, Model Pemanfaatan PC, Teori Difusi Inovasi, dan Teori Kognitif Sosif, yang bertujuan untuk menghasilkan model yang lebih kuat dan komprehensif yang menjelaskan perilaku pengguna mengenai teknologi (Venkatesh et al., 2008). Selain itu, model UTAUT berfungsi untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna mengenai sistem aplikasi dengan membandingkan harapan pengguna dengan hasil aktual dari sistem informasi tersebut, yang mencakup kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan struktur organisasi (Dai et al., 2024). Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa niat seseorang untuk berinteraksi dengan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal tetapi juga dipengaruhi oleh variabel eksternal (Haryanto et al., 2023).

Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform

Dalam kerangka Islam, zakat dianggap sebagai kewajiban wajib bagi umat Islam, yang melibatkan alokasi sebagian dari kekayaan seseorang oleh mereka yang mampu secara finansial untuk membantu mereka yang membutuhkan. Kecenderungan untuk memenuhi kewajiban zakat melalui platform digital mencontohkan kecenderungan individu untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam memenuhi tugas keagamaan tersebut. Kecenderungan ini dikonseptualisasikan sebagai cerminan kapasitas individu untuk terlibat dalam tindakan tertentu

(Sofiyawati & Halimah, 2022). Selanjutnya, niat untuk menyumbangkan zakat berfungsi sebagai ukuran komitmen dan kesiapan individu untuk mengadopsi perilaku atau pola pikir tertentu, sekaligus bertindak sebagai metrik untuk memahami faktor-faktor penentu yang membentuk perilaku tersebut. Niat juga dapat diartikan sebagai kesiapan individu untuk menerima dampak dari pengalihan aset tertentu kepada otoritas zakat (Fadhlurrahman, 2023).

Performance Expectancy

Performance expectancy berkaitan dengan keyakinan individu bahwa pemanfaatan sistem atau alat teknologi dapat memfasilitasi penyelesaian tugas dan meningkatkan pencapaian tujuan, terutama dalam konteks peningkatan kinerja kerja (Haryanto et al., 2023). Gagasan ini merangkum persepsi kegunaan suatu sistem dalam kaitannya dengan produktivitas, efisiensi dalam pelaksanaan tugas, urgensi, serta keuntungan keseluruhan yang diberikan kepada pengguna (Fadhlurrahman, 2023). Indikator harapan kinerja mencakup kesederhanaan dan kecepatan penggunaan, yang memberikan dampak langsung yang signifikan pada adopsi platform aplikasi digital (Wahrudin et al., 2024).

Effort Expectancy

Effort expectancy berkaitan dengan penilaian individu tentang kesederhanaan yang terkait dengan penggunaan teknologi tertentu, bersama dengan sejauh mana hal itu dianggap mudah (Wahrudin et al., 2024). Dalam konteks transaksi zakat online, harapan usaha menandakan kemudahan penggunaan individu saat terlibat dengan platform pembayaran zakat. Persepsi yang ditingkatkan tentang kemudahan dan kenyamanan berkorelasi positif dengan niat yang meningkat di antara individu untuk menggunakan sistem pembayaran zakat online (Setiawan et al., 2023). Selain itu, pengaruh sosial mencakup persepsi individu tentang tekanan atau harapan yang timbul dari lingkungan sosial mereka, termasuk teman sebaya dan anggota keluarga, untuk merangkul dan memanfaatkan teknologi atau sistem baru.

Sosial Influence

Pengaruh sosial mengacu pada dampak yang diberikan oleh orang lain pada pilihan pribadi mengenai pemanfaatan teknologi. Dampak ini mencakup pentingnya jejaring sosial, seperti kelompok keluarga dan teman sebaya, yang dianggap penting dalam proses pengambilan keputusan yang terkait dengan adopsi teknologi tertentu (Wahrudin et al., 2024). Selain itu, pengaruh sosial terkait erat dengan sejauh mana individu mengakui antisipasi lingkaran sosial mereka mengenai penggunaan platform digital, termasuk untuk tujuan membayar zakat, infak, dan sumbangan amal (Haryanto et al., 2023).

Kepercayaan

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kepercayaan pada individu yang muncul dari tindakan orang lain dalam melaksanakan tugas dan memenuhi kewajiban seperti yang diantisipasi (Haryanto et al., 2023). Selain itu, kepercayaan dapat dianggap sebagai keyakinan dalam kebajikan atau kualitas tertentu yang dibentuk oleh persepsi yang berasal dari pengalaman dan pertemuan pendidikan (Nabil & Dwiridotjahjono, 2024). Selanjutnya, kepercayaan mewujudkan kesediaan individu untuk mengandalkan pihak lain, ditandai dengan keberanian dan rasa jaminan yang mendalam (Khairrani et al., 2022).

Literasi Zakat

Literasi zakat merupakan elemen penting dalam meningkatkan pengumpulan zakat. Ini didefinisikan sebagai pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu yang dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku dalam pengambilan keputusan mengenai masalah tertentu (Fadhlurrahman, 2023). Dalam konteks zakat, literasi meliputi keterampilan membaca, menafsirkan, menghitung, dan memperoleh informasi untuk meningkatkan kesadaran mengenai pembayaran zakat. Informasi yang diperoleh melalui beragam media, baik cetak maupun digital, akan diproses secara internal, kognitif, dan fisik oleh individu (Khairrani et al., 2022). Oleh karena itu, literasi zakat menandakan pengetahuan, pemahaman, dan kompetensi individu mengenai zakat, yang memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran untuk memenuhi kewajiban pembayaran zakat (Setiawan et al., 2023).

Infrastruktur Digital

Infrastruktur digital mengacu pada teknologi elektronik yang digunakan untuk pembuatan, pengelolaan, dan pemrosesan data di berbagai platform yang terus maju, sehingga memungkinkan aktivitas manusia kapan saja dan dari lokasi mana pun (Khansa et al., 2024). Dalam konteks pengelolaan zakat, kemajuan teknologi ini memberikan pengaruh yang mendalam, terutama pada populasi Muslim muda di Indonesia, yang sekarang dapat memenuhi tanggung jawab zakat mereka dengan lebih nyaman tanpa perlu mengunjungi institusi zakat secara fisik, sehingga menghemat waktu dan mengurangi kendala geografis (Ali, 2024). Selain itu, infrastruktur digital meningkatkan efisiensi, transparansi, dan ketepatan identifikasi target dalam proses pengumpulan dan penyaluran zakat oleh lembaga terkait (Hadi, 2021).

Pengembangan Hipotesis

Harapan kinerja memainkan peran penting dalam menentukan kesediaan individu untuk berpartisipasi dalam pembayaran zakat melalui platform digital. Gagasan ini terkait dengan keyakinan bahwa menggunakan saluran digital untuk transaksi zakat dapat meningkatkan kinerja, terutama dalam hal efisiensi. Harapan kinerja yang lebih tinggi terkait dengan niat yang lebih besar untuk melakukan pembayaran zakat secara digital. Penelitian oleh Supa (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berdampak signifikan pada niat membayar zakat melalui antarmuka digital. Temuan serupa dibuat oleh Nuryahya et al. (2022), yang menyoroti pengaruh ekspektasi kinerja pada niat untuk melaksanakan pembayaran zakat melalui sarana digital. Akibatnya, hipotesis berikut dirumuskan:

H₁: *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui digital platform

Harapan seputar usaha memiliki pengaruh besar atas keinginan individu untuk terlibat dengan platform digital. Kemudahan menggunakan platform ini secara signifikan meningkatkan peluang individu memilih untuk memenuhi kewajiban zakat mereka melalui mereka, karena kenyamanan ini sangat membentuk niat untuk menyumbangkan zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhlurrahman (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi bisnis sangat mempengaruhi kesediaan membayar zakat melalui platform digital. Temuan serupa dicatat oleh Wahrudin et al. (2024),

yang menegaskan bahwa harapan upaya juga mempengaruhi niat untuk membayar zakat melalui saluran digital. Akibatnya, hipotesis selanjutnya diusulkan:

H₂: *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui digital platform

Pengaruh sosial mewujudkan sejauh mana seorang individu mengakui bahwa rekan-rekan mereka mendukung penggunaan teknologi tertentu. Dalam hal pembayaran zakat melalui platform digital, pengaruh sosial mencakup motivasi dari orang lain untuk menggunakan metode pembayaran digital. Akibatnya, keinginan seseorang untuk melakukan pembayaran zakat melalui jalan digital terpengaruh oleh tekanan sosial atau pengaruh yang timbul dari lingkungan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk membayar zakat melalui platform digital (Ferdana et al., 2022). Berdasarkan diskusi sebelumnya, hipotesis berikut telah diusulkan:

H₃: *Social influence* berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui digital platform

Kepercayaan dicirikan sebagai keyakinan pengguna mengenai keamanan, keandalan, dan kerahasiaan sistem atau platform digital. Ketika membahas pembayaran zakat melalui platform digital, kepercayaan mencakup elemen-elemen seperti pengamanan data, kedudukan platform, dan pengalaman pengguna yang positif sebelumnya. Tingkat kepercayaan yang tinggi pada platform secara langsung terkait dengan peningkatan kemungkinan bahwa seseorang akan memilih pendekatan pembayaran zakat digital. Kepercayaan ini mewujudkan jaminan bahwa platform aman, dapat diandalkan, dan mahir dalam melindungi privasi dan data pribadi pengguna. Penelitian oleh Melati (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam niat mengirim zakat melalui platform digital. Kesimpulan serupa dicapai oleh Danila et al. (2025), yang mengkonfirmasi pengaruh kepercayaan pada niat pembayaran zakat digital. Mempertimbangkan pembahasan di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Kepercayaan berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui platform digital

Pendidikan zakat sangat penting untuk memaksimalkan efektivitas masyarakat zakat. Pendidikan ini mencakup keterampilan membaca, memahami, menghitung, dan memperoleh informasi yang meningkatkan kesadaran tentang kontribusi zakat. Pendidikan zakat juga penting untuk menyebarkan informasi tentang pembayaran zakat, terutama yang dilakukan melalui platform digital yang memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat setempat. Penelitian oleh Setiawan dkk. (2023) menunjukkan bahwa pendidikan zakat sangat mempengaruhi kesediaan membayar zakat melalui sarana digital, sedangkan Nur Anggraini & Indrarini (2022) menemukan bahwa pendidikan zakat tidak mempengaruhi kesediaan ini. Berdasarkan analisis yang diberikan, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₅: Literasi zakat berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui digital platform

Infrastruktur digital mewujudkan sistem teknologi informasi dan komunikasi mutakhir yang menghubungkan orang, organisasi, dan institusi di seluruh dunia.

Kemajuan dalam infrastruktur ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi waktu tunggu, dan mengoptimalkan berbagai aktivitas digital. Penelitian menunjukkan bahwa infrastruktur digital memainkan peran penting dalam mempengaruhi kesediaan membayar zakat, baik secara langsung (Ghofar et al., 2024) maupun melalui platform digital (Ali, 2024). Dari analisis sebelumnya ini, hipotesis dapat diartikulasikan sebagai berikut:

H₆: Infrastruktur digital berpengaruh terhadap niat membayar zakat melalui digital platform

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mewakili penyelidikan kuantitatif yang berani menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan mengungkap hubungan rumit antara variabel dan mengartikulasikan fenomena yang baru muncul berdasarkan data empiris. Fokus demografis mencakup demografis pemuda Muslim yang dinamis di Indonesia, khususnya menargetkan generasi milenial dan Generasi Z, yang menunjukkan keahlian luar biasa dalam menggunakan platform digital untuk merampingkan transaksi zakat.

Strategi pengambilan sampel yang disengaja dijalankan untuk mengidentifikasi peserta berdasarkan kriteria tertentu, menghasilkan ukuran sampel yang kuat dari 300 responden, yang diakui cukup untuk tugas-tugas analitis di depan. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5, menampilkan indikator variabel seperti harapan kinerja, antisipasi upaya, pengaruh sosial, tingkat kepercayaan, literasi zakat, dan kesiapan infrastruktur digital. Sebaliknya, data sekunder bersumber dari literatur yang ada, yang meliputi buku, artikel ilmiah, dan upaya penelitian sebelumnya.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif statistik yang kuat dalam hubungannya dengan Structural Equation Modeling (SEM) melalui metodologi Partial Least Square (PLS), difasilitasi oleh SmartPLS 4.0. Evaluasi model berlangsung dalam dua fase penting: penilaian model eksternal memastikan validitas dan reliabilitas konstruk, mencakup pemeriksaan validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas komposit, dan alfa Cronbach; sedangkan evaluasi model dalam meneliti hubungan antar-variabel melalui nilai R-Square, metrik Goodness of Fit, dan pengujian hipotesis memanfaatkan koefisien jalur dan teknik bootstrap. Hipotesis dianggap signifikan ketika nilai-p turun di bawah 0,05, sedangkan dianggap tidak signifikan jika melampaui tolok ukur ini. Kerangka metodologis yang kuat ini berlabuh pada model UTAUT untuk menilai tingkat penerimaan teknologi di antara populasi Muslim muda mengenai adopsi platform digital untuk kontribusi zakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

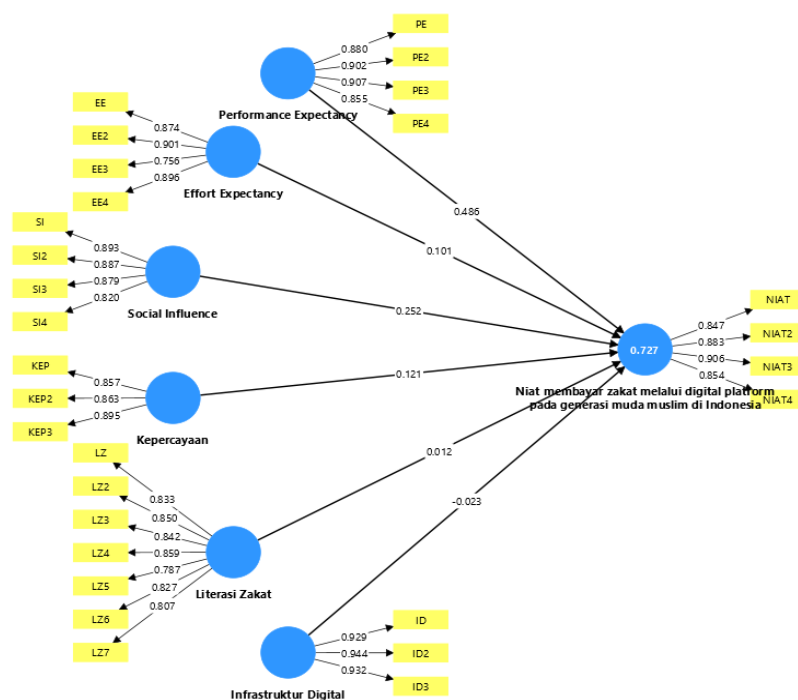
Karakteristik Responden		Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Perempuan	236	78,7%
	Laki-laki	64	21,3%
Total		300	100%
Usia	15-20 Tahun	52	17,3%
	20-30 Tahun	202	67,3%

	30-40 Tahun	34	11,3%
	>40 Tahun	12	4%
Total		300	100%
Domisili	Jabodetabek & Jawa Barat	9	3%
	Jawa Tengah	128	42,7%
	Jawa Timur	154	51,3%
	Sumatra	2	0,7%
	Kalimantan	3	1%
	Sulawesi	1	0,3%
	Papua	3	1%
	Jabodetabek & Jawa Barat	9	3%
Total		300	100%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	195	65%
	Pegawai Swasta	33	11%
	Wiraswasta	27	9%
	Guru	14	4,7%
	Ibu Rumah Tangga	10	3,3%
	Pengangguran	4	1,3%
	Lain-lain	17	5,7%
Total		300	100%

Berdasarkan tabel 1, Responden didominasi perempuan (78,7%) dan berusia 20–30 tahun (67,3%), mencerminkan partisipasi kuat generasi muda pengguna platform zakat digital. Mayoritas berasal dari Jawa Timur (51,3%) dan berstatus pelajar/mahasiswa (65%), menunjukkan karakter sampel yang terkonsentrasi pada kelompok muda terdidik dan relatif melek teknologi.

Analisis Data

Analisis Outer Model



Gambar 1. Skema Outer Model

Terdapat tiga kriteria dalam penggunaan teknik analisis data dengan SmartPLS untuk menilai *Outer Model*, *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji reliabilitas. Hasil pengujian *outer model* menggunakan ketiga analisis tersebut.

Convergent Validity

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	X1. 1	0,880	Valid
	X1. 2	0,902	Valid
	X1. 3	0,907	Valid
	X1. 4	0,855	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	X2. 1	0,874	Valid
	X2. 2	0,901	Valid
	X2. 3	0,756	Valid
	X2. 4	0,896	Valid
<i>Social Influence</i> (X3)	X3. 1	0,893	Valid
	X3. 2	0,887	Valid
	X3. 3	0,879	Valid
	X3. 4	0,820	Valid
Kepercayaan (X4)	X4. 1	0,857	Valid
	X4. 2	0,863	Valid
	X4. 3	0,895	Valid
Literasi Zakat (X5)	X5. 1	0,833	Valid
	X5. 2	0,850	Valid
	X5. 3	0,842	Valid
	X5. 4	0,859	Valid
	X5. 5	0,787	Valid
	X5. 6	0,827	Valid
	X5. 7	0,807	Valid
Infratraktur Digital (X6)	X6. 1	0,929	Valid
	X6. 2	0,944	Valid
	X6. 3	0,932	Valid
Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform (Y)	Y1. 1	0,847	Valid
	Y1. 2	0,883	Valid
	Y1. 3	0,906	Valid
	Y1. 4	0,854	Valid

Seperti yang diartikulasikan oleh Hair et al. (2021), indikator dianggap memuaskan jika nilai pemuatan luarnya melebihi 0,7. Tabel 2 menyajikan nilai pemuatan luar yang sesuai dengan setiap indikator dalam variabel studi. Nilai yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa semua indikator menunjukkan hubungan yang kuat dengan variabel laten, sehingga memenuhi syarat sebagai valid untuk analisis lebih lanjut. Model pengukuran ini memenuhi standar validitas konvergen.

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
----------	----------------------------------	------------

<i>Performance Expectancy</i> (X1)	0,785	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	0,738	Valid
<i>Social Influence</i> (X3)	0,757	Valid
Kepercayaan (X4)	0,760	Valid
Literasi Zakat (X5)	0,688	Valid
Infrastruktur Digital (X6)	0,874	Valid
Niat membayar zakat melalui digital platform (Y)	0,762	Valid

Dari Tabel 3, nilai Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menilai validitas konvergen, dengan ketentuan bahwa nilai AVE harus melebihi 0,50. Nilai AVE yang sesuai dengan variabel tersebut adalah harapan kinerja (0,785), harapan usaha (0,738), pengaruh sosial (0,757), kepercayaan (0,760), literasi zakat (0,688), infrastruktur digital (0,874), dan niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital (0,762). Ini menunjukkan bahwa setiap konstruk menyumbang lebih dari 50% variabilitas dalam indikatornya, sehingga menegaskan bahwa instrumen penelitian menunjukkan validitas konvergen yang kuat.

Discriminant Validity

Tabel 4. Fornell-Lecker Criterion

	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Infrastruktur Digital</i>	<i>Kepercayaan</i>	<i>Literasi Zakat</i>	<i>Niat membayar zakat melalui digital platform</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>
<i>Effort Expectancy</i>	0,859						
<i>Infrastruktur Digital</i>	0,577	0,935					
<i>Kepercayaan</i>	0,629	0,488	0,872				
<i>Literasi Zakat</i>	0,522	0,699	0,395	0,829			
<i>Niat membayar zakat melalui digital platform</i>	0,723	0,541	0,685	0,490	0,873		
<i>Performance Expectancy</i>	0,793	0,651	0,644	0,584	0,807	0,886	
<i>Social Influence</i>	0,677	0,487	0,770	0,438	0,738	0,683	0,870

Penilaian validitas diskriminan dilakukan dengan menganalisis nilai Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0,5. Nilai AVE untuk konstruksi yang diperiksa adalah sebagai berikut: harapan usaha (0,859), infrastruktur digital (0,935), kepercayaan (0,872), literasi zakat (0,829), niat membayar zakat melalui platform digital (0,873), harapan kinerja (0,886), dan pengaruh sosial (0,870). Temuan menunjukkan bahwa setiap konstruk menunjukkan validitas diskriminan yang kuat, sehingga memungkinkan diferensiasi yang jelas dari konstruksi lain.

Uji Reliabilitas

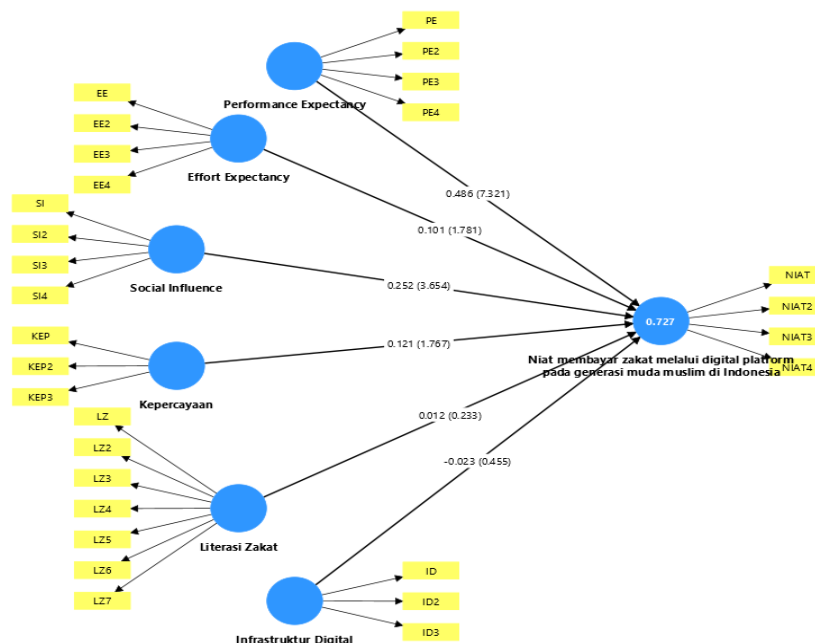
Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbachs Alpha	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,909	0,909	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,895	0,881	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,894	0,893	Reliabel
Kepercayaan	0,847	0,842	Reliabel
Literasi Zakat	0,929	0,925	Reliabel
Infrastruktur Digital	0,928	0,928	Reliabel

Niat membayar zakat melalui digital platform (Y)	0,896	0,895	Reliabel
--	-------	-------	----------

Penilaian ini mengevaluasi keandalan dan stabilitas alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur konsep tertentu. Analisis reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Composite Reliability dan Alpha Cronbach. Keandalan komposit mengevaluasi keandalan indikator dalam variabel, dengan skor ambang melebihi 0,7 dianggap dapat diterima. Temuan menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan Reliabilitas Komposit melebihi 0,70, termasuk harapan kinerja (0,909) dan literasi zakat (0,929). Alpha Cronbach mengukur konsistensi internal instrumen, dengan nilai melebihi 0,60 dianggap dapat diandalkan. Hasilnya mengungkapkan bahwa skor alfa Cronbach untuk semua variabel di atas 0,6, misalnya, harapan kinerja (0,909) dan literasi zakat (0,925). Singkatnya, semua konstruksi yang diperiksa dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai dapat diandalkan karena memenuhi kriteria minimum yang ditetapkan.

Analisis Inner Model



Gambar 2. Skema Inner Model

Inner model dalam PLS-SEM menunjukkan hubungan antar variabel laten dan dievaluasi untuk mengukur kekuatan serta signifikansi hubungan tersebut. Studi ini akan menjelaskan hasil dari Nilai *R-Square*, analisis kebaikan model, serta uji hipotesis. Evaluasi model ini bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel penelitian. Tiga pendekatan analisis digunakan untuk mengetahui inner model, yaitu pengukuran nilai R^2 , dan uji kebaikan model yang diperoleh dari nilai SRMR.

Nilai *R-Square* (R^2)

Tabel 6. Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,727	0,721

Nilai *R-Square* (R^2) berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk mengukur tingkat variasi yang dijelaskan dalam kerangka penelitian. Dalam penyelidikan ini, nilai *R-Square* yang mencerminkan keinginan untuk membayar zakat melalui

platform digital di kalangan pemuda komunitas Muslim di Indonesia berada pada 0,727 yang kuat, dengan Adjusted R-Square mendarat di 0,721. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen – termasuk harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kepercayaan, literasi zakat, dan infrastruktur digital – mampu menjelaskan 72,1% dari niat untuk membayar zakat, sehingga 27,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor tambahan.

Uji Kebaikan Model (*goodness of fit*)

Tabel 7. Hasil Uji GoF

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,072	0,072

Dalam penelitian ini, uji kebaikan model PLS menggunakan nilai SRMR. Nilai SRMR yang baik adalah $<0,08$. Nilai SRMR dalam penelitian ini adalah 0,072, menunjukkan *goodness of fit* yang baik.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Path Coefficient

	Koefisien	t-stat	P<0.5	Ket
<i>Perfomance Expectancy</i> -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,486	7,321	0,000	Diterima
<i>Effort Expectancy</i> -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,101	1,781	0,076	Ditolak
<i>Social Influence</i> -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,252	3,654	0,000	Diterima
Kepercayaan -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,121	1,767	0,078	Ditolak
Literasi Zakat -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	0,012	0,233	0,816	Ditolak
Infrastruktur Digital -> Niat Membayar Zakat Melalui Digital Platform	-0,023	0,455	0,649	Ditolak

Hipotesis asli dengan berani meneliti bagaimana ekspektasi kinerja (X1) membentuk niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital (Y). Statistik t berada pada 7.321 yang mencolok dengan nilai p 0,000, yang mengarah pada penerimaan gemilang hipotesis 1. Hal ini menegaskan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh kritis terhadap niat untuk menyumbangkan zakat melalui saluran digital. Hipotesis selanjutnya dengan berani meneliti dampak ekspektasi upaya (X2), menghasilkan statistik t 1,781 dan nilai-p 0,076, yang memuncak dalam penolakan hipotesis 2. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi bisnis tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Selain itu, hipotesis ketiga dengan berani menilai pengaruh sosial (X3), menyajikan statistik t 3,654 dan nilai-p 0,000, yang mengarah pada penerimaan kuat hipotesis 3. Temuan ini secara tegas menunjukkan bahwa pengaruh sosial secara kuat membentuk niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital. Hipotesis keempat secara ketat menganalisis dampak kepercayaan (X4), yang memegang t-statistik 1,767 dan nilai-p 0,078, menghasilkan penolakan hipotesis 4. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Hipotesis kelima dengan berani

mengeksplorasi literasi zakat (X5), yang menampilkan statistik t 0,233 dan nilai- p 0,816, yang mengarah pada penolakan hipotesis 5 juga. Hal ini menegaskan bahwa literasi zakat tidak berdampak signifikan terhadap niat menyumbangkan zakat melalui platform digital. Terakhir, hipotesis keenam secara kritis mengevaluasi infrastruktur digital (X6), menghasilkan statistik t 0,455 dan nilai- p 0,649, sehingga berpuncak pada penolakan hipotesis 6 juga. Lebih lanjut ditegaskan bahwa infrastruktur digital tidak secara signifikan mempengaruhi niat membayar zakat melalui platform digital.

Pembahasan

Menurut temuan penelitian, harapan kinerja secara signifikan mempengaruhi niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital di kalangan demografis Muslim muda di Indonesia. Fenomena ini muncul dari kenyataan bahwa harapan kinerja mewujudkan keyakinan individu bahwa menggunakan platform digital akan mempercepat, meningkatkan, memastikan transparansi, dan menyederhanakan prosedur pembayaran zakat. Akibatnya, bagi generasi muda yang mahir secara teknologi, aspek ini berfungsi sebagai motivator utama kecenderungan untuk memanfaatkan platform digital (Kasri & Yuniar, 2021). Hasil ini sejalan dengan penyelidikan yang dilakukan oleh Rahmawati & Maika (2021), yang mengungkapkan bahwa persepsi mengenai keuntungan dan efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi mendorong keinginan untuk terlibat dengan platform digital, serta dengan Rahman et al. (2025), yang memvalidasi dampak substansial dari harapan kinerja pada niat untuk berkontribusi pada zakat digital, terutama ketika mempertimbangkan variabel moderasi seperti inovasi individu.

Sebaliknya, harapan usaha tidak mempengaruhi niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital, mengingat sebagian besar peserta memiliki keakraban dengan teknologi, menjadikan kegunaan sebagai faktor yang kurang penting dalam membentuk niat mereka (Azahro & Irsyad, 2025). Hasil penelitian ini menguatkan hasil dari Anugrah et al. (2024) dan Setiawan et al. (2023), yang menjelaskan bahwa harapan upaya tidak memberikan pengaruh pada niat perilaku. Ini menunjukkan bahwa, meskipun pengguna mungkin memiliki antisipasi tertentu mengenai kemudahan atau kesulitan yang terkait dengan penggunaan sistem, harapan tersebut tidak mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan.

Selain itu, pengaruh sosial telah terbukti mempengaruhi niat untuk berkontribusi pada zakat digital. Semakin besar pengaruh sosial yang dialami, semakin jelas niat individu untuk mengadopsi platform digital, karena norma sosial dan harapan kontekstual memainkan peran penting dalam menentukan keputusan penggunaan teknologi (Cahyani et al., 2022). Temuan penelitian ini, konsisten dengan Putri & Suwanai (2025) dan Nuryahya et al. (2022), lebih lanjut menjelaskan bahwa pengaruh sosial berkontribusi positif terhadap niat untuk keterlibatan digital, karena dukungan komunitas atau kelompok referensi dapat meningkatkan motivasi individu untuk terlibat dalam transaksi digital keagamaan. Penelitian ini menyoroti bahwa dukungan dari kenalan dekat, komunitas agama, atau dampak norma sosial secara signifikan mempengaruhi pilihan platform digital Generasi Z untuk pembayaran zakat.

Terakhir, kepercayaan tampaknya tidak mempengaruhi niat untuk membayar zakat digital, karena individu muda yang mahir dengan teknologi tidak menganggap kepercayaan sebagai elemen penting dalam proses pengambilan keputusan transaksi

digital mereka (A. R. Putri & Suwanan, 2025). Temuan penelitian ini konsisten dengan investigasi oleh Sari et al. (2025) dan Utami et al. (2025), yang mengintegrasikan model UTAUT dengan konstruksi kepercayaan (e-trust), di mana kepercayaan tidak memberikan efek signifikan pada niat untuk berkontribusi pada zakat digital, karena faktor-faktor lain, seperti kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial, lebih dominan dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi zakat digital di Indonesia.

Tingkat literasi zakat tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk terlibat dalam pembayaran zakat digital. Meskipun responden memiliki pemahaman dasar tentang zakat, tingkat melek huruf ini terbukti tidak memadai untuk mengubah kecenderungan perilaku dalam memanfaatkan platform digital untuk zakat, terutama ketika disandingkan dengan faktor-faktor yang lebih berpengaruh, seperti kepercayaan platform atau preferensi untuk metode tradisional (R. Putri & Jatnika, 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Nur Anggraini & Indrarini (2022), yang menunjukkan bahwa literasi zakat tidak menunjukkan dampak signifikan secara statistik terhadap motivasi individu untuk menyumbangkan zakat melalui sarana digital, menunjukkan bahwa pemahaman zakat saja belum menjadi katalis yang cukup untuk transformasi perilaku menuju adopsi teknologi digital untuk memenuhi tanggung jawab zakat.

Selain itu, ketersediaan infrastruktur digital tidak mempengaruhi niat untuk membayar zakat digital, karena demografi pemuda di Indonesia biasanya menikmati akses ke Internet dan perangkat digital, menjadikan ini prasyarat mendasar yang tidak lagi berfungsi sebagai motivator utama. Sebaliknya, faktor penentu lain, seperti manfaat yang dirasakan, pengaruh sosial, atau pengalaman pribadi, memberikan dampak yang lebih substansif pada keputusan mengenai pemanfaatan teknologi (Permana & Apriani, 2025). Temuan ini beresonansi dengan studi yang dilakukan oleh Huddin et al. (2022), yang juga menyimpulkan bahwa infrastruktur digital tidak secara signifikan mempengaruhi niat pembayaran zakat, meskipun perannya penting sebagai prasyarat untuk transaksi zakat digital.

SIMPULAN

Investigasi akademik menunjukkan bahwa variabel yang berkaitan dengan harapan kinerja memberikan pengaruh yang cukup besar pada niat untuk menyumbangkan zakat melalui platform digital. Keyakinan seseorang tentang keuntungan platform digital berkorelasi positif dengan kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Demografi yang lebih muda menunjukkan kecenderungan yang tinggi untuk mengadopsi platform digital dibandingkan dengan metode tradisional. Variabel harapan upaya tampaknya memiliki dampak yang dapat diabaikan, karena generasi muda menunjukkan keakraban yang sudah ada sebelumnya dengan alat teknologi. Pengaruh sosial memang berdampak, karena dorongan eksternal terbukti meningkatkan niat untuk keterlibatan digital. Sebaliknya, kepercayaan tidak memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan online, mengingat bahwa kelompok yang lebih muda umumnya menganggap teknologi yang ada sebagai aman. Khususnya, literasi zakat tampaknya tidak memberikan pengaruh yang signifikan, dan infrastruktur digital dianggap baik di kalangan pemuda, sehingga tidak menjadi penghalang bagi kontribusi zakat online.

Studi ini mengakui keterbatasan tertentu, terutama fokus eksklusifnya pada demografi pemuda, yang membatasi generalisasi temuan untuk kelompok usia lainnya. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner online dapat menimbulkan bias,

dan ruang lingkup variabel yang dipertimbangkan agak terbatas. Metodologi penelitian deskriptif kuantitatif yang digunakan tidak memfasilitasi eksplorasi mendalam tentang perspektif responden. Rekomendasi untuk lembaga manajemen zakat termasuk meningkatkan fitur dan manfaat pengguna sekaligus memperkuat tanggung jawab sosial. Selanjutnya, badan pemerintah harus mengutamakan keamanan dan transparansi dalam administrasi zakat digital. Peneliti masa depan didorong untuk melibatkan demografis yang lebih luas dan memasukkan variabel tambahan. Diharapkan masyarakat akan meningkatkan pemahaman mereka tentang literasi zakat digital.

Referensi:

- Al Gazali, D. A. Wi., & Anwar, A. Z. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada NU Care-LAZISNU Cabang Jepara. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 08(01), 61–72.
- Ali, M. M. (2024). The Role of Digital Technology in Facilitating Zakat Collection and Distribution in the Modern Era. *Ico Edusha*, 5(1), 650–664. <https://prosiding.stainim.ac.id>
- Andiani, D. N., & Sari, S. P. (2024). Potensi ShopeePay Sebagai Teknologi Pembayaran Untuk Mendukung Inklusi Keuangan: Pendekatan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 49–56. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2041>
- Anjaswati, N., & Berakon, I. (2022). Utaut Dan Kepuasan Berzakat Melalui Fintech: Peran Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 211–234. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13689>
- Anugrah, Z., Suhaebah, L., Pramudita, T. R., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek di Kabupaten Garut. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i1.908>
- Ardhianto, R. A., Yusuf, F. A., & Hardianto, A. M. (2023). The Role of School Principals and Teacher Certification on The Learning Achievement at Cilegon City Elementary School Students through The Independent Curriculum. 7(2), 279–292.
- Azahro, M., & Irsyad, M. (2025). Faktor-faktor Penentu Niat Membayar Zakat Melalui Platform Digital pada Masyarakat Kabupaten Karanganyar. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(8), 2351–2366. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i8.7655>
- Brilianty, V. M. (2022). LITERASI ZAKAT UNTUK PEMBERDAYAAN MUZZAKI MELALUI PLATFORM DIGITAL (Studi Kasus di LAZISMU Menteng, Jakarta Pusat). *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal*, 4(2), 163–178. <https://doi.org/10.18326/imej.v4i2.163-178>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Dai, R. H., Raupu, R., & Padiku, I. R. (2024). Penerapan Metode UTAUT Dalam Menganalisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kearsipan Dinamis Terintegrasi (Srikandi). *Digital Transformation Technology*, 4(1), 87–96. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.3476>

- Danila, R., Saat, R. M., & Bahador, K. M. K. (2025). Trust and Religiosity: Integrating Technological Acceptance Factors into the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model for Zakat Online Payment Systems. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 53(2), 199–214. <https://doi.org/10.37934/araset.53.2.199214>
- Dwi Aryani, A. T., & Rosyid, A. (2023). Literasi Zakat pada pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dan Perguruan Tinggi Umum di Pekalongan. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 7(1), 2263–2272.
- Fadhlurrahman, I. (2023). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITION, ZAKAT LITERACY TERHADAP BEHAVIOUR INTENTION MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM DIGITAL. *Bussiness Law Binus*. <http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUSPUSAT.pdf%0Ahttp://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/%0Ahttps://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>
- Fathoni, M. A., Suryani, & Cahyo, E. N. (2020). Zakat Management Paradigm: Comparison of Indonesia, Malaysia and Saudi Arabia. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 14(2), 267–282. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v14i2.267-282>
- Ferdana, A. D., Ridlwan, A. A., Canggih, C., & Fikriyah, K. (2022). Z Generation's Intention to Use Zakat Digital Payment: The Mediating Effect of Trust. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(2), 171–189. <https://lib.unnes.ac.id/20002/>
- Firdaus, F. A., Zaki, I., & Herianingrum, S. (2023). The Role Of Generation Z Through Online Platform in Optimizing of Zakat Literacy and Fundraising. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 4(1), 13–22. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol4no1.118>
- Ghofar, A., Fawwaz, M., Prestianawati, S. A., Mubarak, M. F., Manzilati, A., & Imamia, T. L. (2024). Young muslim generation's preferences for using digital platforms for Zakat payments: A cross-country study of Indonesia and Malaysia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 1–29. <https://doi.org/10.24294/JIPD.V8I6.3249>
- Hadi, A. S. (2021). Dampak Kebutuhan Sosial Dan Pengaruh Sosial Pada Perilaku Pembelian Konsumen Terhadap Ponsel Cerdas. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i2.3088>
- Hair, Hult, T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R.
- Handayani, muhammad R. R. dan M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7(No. 03), 1858–1865.
- Haryanto, R., Bakri, A., Samosir, E. S., Idris, L., Fauzan, R., & Agustina, W. (2023). DIGITAL LITERACY AND DETERMINANTS OF ONLINE ZAKAT PAYMENTS LESSONS FROM INDONESIA EXPERIENCE WITH UTAUT ON-LINE ZAKAT LIÇÕES DA INDONÉSIA EXPERIÊNCIA COM UTAUT. 1–18.
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>

- Huddin, M. N., Masitoh, M. R., & Ikhsan, K. (2022). Kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 131. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i2.5764>
- Ibrahim, R. M., & Moeliono, N. N. K. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(2), 396–413. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- 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. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Khairrani, A., Nikensari, S. I., & Iranto, D. (2022). FACTORS THAT INFLUENCE SOCIAL – ECONOMIC MOTIVES. 638–651.
- Khansa, N., Yuliani, R., Aflah, A., & Salsabila, A. P. (2024). MINAT MEMBAYAR ZAKAT SECARA DIGITAL PADA GENERASI MILENIAL : MINAT ZAKAT. 8(6), 11–16.
- Kharisma. P., & Jayanto. P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56.
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180–187. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Kusumaningrum, D., & Mahardika, A. S. (2024). Penerapan Metode Utaut Pada Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Akuntansi Pajak Dan Manajemen*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.37601/tajam.v7i1.223>
- Melati, A. N. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN TEKNOLOGI E-ZAKAT KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI MENGGUNAKAN TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGG.
- Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.7602>
- Nur Anggraini, Y., & Indrarini, R. (2022a). ANALISIS PENGARUH LITERASI ZAKAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI ZAKAT DIGITAL PADA MASYARAKAT KABUPATEN SIDOARJO. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 5(1), 54–66.
- Nur Anggraini, Y., & Indrarini, R. (2022b). Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 54 - 66. 5, 54–66.
- Nurul Akmal, S. U. (2022). Pengaruh ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, efikasi diri dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada nurul henna aceh di banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Nuryahya, E., Mahri, A. J. W., Nurasyiah, A., & Adiresuty, F. (2022). Technology acceptance of zakat payment platform: An analysis of modified of unified theory of acceptance and use of technology. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*,

- 6(1), 142–159. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Pangestu, M. G., & Karolus Pasaribu, J. P. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Permana, G. P. L., & Apriani, N. K. M. (2025). Mengukur Relevansi Cashless Society pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(3), 713–726. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i3.3758>
- Putri, A. R., & Suwanan, A. F. (2025). Determinants of Generation Z 's Intention to Pay Zakat Digitally Potensi dan Serapan Pengumpulan Zakat Nasional Tahun 2020-2024. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 12(3), 264–283. <https://doi.org/10.20473/vol12iss20253pp264-283>
- Putri, R., & Jatnika, D. (2025). Pengaruh Religiusitas , Literasi Zakat , dan Kepercayaan (trust) terhadap Minat Muslim Generasi Z dalam Membayar Zakat Digital Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia , 2024), pada tahun 2020 juml. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(3), 66–82.
- Rahman, R. A., Sari, E. N., Radzi, S. H. M., Saragih, F., & Zakaria, N. B. (2025). Drivers Influencing the Usage Intention Towards Online Zakat Payment System: Evidence From Malaysia. *Bangladesh Journal of Multidisciplinary Scientific Research*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.46281/bjmsr.v10i1.2280>
- Rahmawati, R. E., & Maika, M. R. (2021). Penerapan Model UTAUT terkait akseptasi mahasiswa terhadap Cashless Payment di masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 1–14. <https://doi.org/10.21067/jem.v16i1.5228>
- Ramadya Sari, L., Anggraini, R., Sri Kencanawati, M., & Sularto, L. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik Shopeepay. *Metik Jurnal*, 6(1), 59–69. <https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.335>
- Rinaldi, A., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening. 03(01), 87–110.
- Sari, D. P., Qoyum, A., & Hanafi, S. M. (2025). Does Innovativeness Matter? Moderating The Link Between Intention And Digital Zakat Payment In Indonesia. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 425. <https://doi.org/10.29300/aij.v11i2.8426>
- Setiawan, R., Darmawan, M. W., Aziz, R. M., & Ramadhan, A. R. (2023). ANALISIS MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM ONLINE (STUDI KASUS DI PROVINSI JAWA BARAT). *Edunomika*, 07, 1–23.
- 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>
- Sopian, V., Siega, S., Edsu, S., T Fansyuri, R. G., & Reyhan Taneddy, R. (2024). Pengaruh Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Melalui Sikap Generasi Z Di Kota Palembang. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE ...)*, 5(2), 322–326.
- Supa, F. B. (2023). Infrastruktur Digital Indonesia: Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat. *Research Gate*, June, 1–6.

- Tulis, R., Ogi, I. W. J., & Loindong, S. S. R. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Di Kecamatan Kalongan Kabupaten Kepulauan Talaud). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 1618–1630.
- Utami, C. B., Slamet, Ashari, T., & Kurniawan, D. (2025). The Influence of Trust, Peers, and Enjoyment on Online Donations and Continuation Intentions: An Ethical Philanthropic Approach in Islamic Economics. *Journal of Lslamic Economics and Bussines Ethics*, 2(3), 252–274. <https://doi.org/10.24235/jiesbi.v2i3.399>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2008). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. 27(3), 425–478.
- Wahrudin, B., Purwaningrum, T., Nurhayati, A., & Setiawan, F. (2024). Factors Affecting Generation Z's Intention To Pay Zakat Through Digital Payment. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(2), 182–200. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.2010>
- Yanto Hiu, J. J., & Anastasia, N. (2020). Pengaruh Harapan Kinerja, Pengaruh Sosial, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Kembali Sistem Pembayaran Elektronik. *Agora*, 8(1), 1–6. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/10584>