

**ANALISIS MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM  
ONLINE :  
(STUDI KASUS DI PROVINSI JAWA BARAT)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Nama : Aziz Muhammad Labib  
Nomor Mahasiswa : 19313014  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
2023**

**HALAMAN JUDUL**

**ANALISIS MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM ONLINE  
(STUDI KASUS DI PROVINSI JAWA BARAT)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat tugas akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi,

pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Aziz Muhammad Labib

Nomor Mahasiswa : 19313014

Program Studi : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**2023**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/ sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Juli 2023

Penulis,



**Aziz Muhammad Labib**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### ANALISIS MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM ONLINE (STUDI KASUS DI JAWA BARAT)

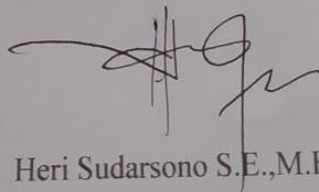
**Ditulis Oleh:**

Nama : Aziz Muhammad Labib  
NIM : 19313014  
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing



Heri Sudarsono S.E.,M.Ec.

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

#### SKRIPSI BERJUDUL

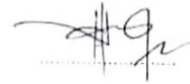
Analisis minat membayar zakat melalui platform online ( studi kasus daerah Jawa barat)

Disusun oleh            AZIZ MUHAMMAD LABIB

Nomor Mahasiswa    19313014

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal Kamis, 03 Agustus 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi    Heri Sudarsono, SE.,MEc



Penguji                                    Prof. Dr. Drs. Nur Feriyanto, M.Si



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia  
YOGYAKARTA  
Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.



## **MOTTO**

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah SWT bersama kita.”

“Maka ingatlah bahwa Allah SWT tidak akan menguji hambahnya kecuali sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.”

“orang lain ga tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini ”

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah rabbil aalami segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas nikmat serta karunianya berupa ilmu pengetahuan karena berkat rahmat, ridha dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya dan juga kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, tidak lupa juga shalawat serta salam panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallahu'alaihi wasalam yang menjadi suri tauladan bagi umat islam.

Dari hati yang terdalam saya ucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak Diuji dan Ibu saya Sukeni yang senantiasa dengan jiwa dan raganya mendoakan saya, memberikan semangat dan sabar dalam membimbing dalam urusan dunia maupun akhirat dan memberikan kesempatan saya untuk melanjutkan pendidikan yang terbaik untuk menjadi pribadi yang lebih baik kepada saya.

Kepada dosen pembimbing saya Pak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. yang telah memberikan waktunya dalam memberikan ilmu dan membimbing dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi ini, dan telah memberikan saya banyak pembelajaran tentang ketelitian dan konsistensi yang sangat berharga kepada saya hingga skripsi ini bisa dapat terselesaikan dengan baik.

## DAFTAR ISI

ANALISIS MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI PLATFORM ONLINE : ...i	
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
SKRIPSI .....	ii
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
Ditulis Oleh:.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.5 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	24
2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
2.2 Landasan Teori .....	30
2.2.....	43
2.3 Kerangka Berpikir .....	43
2.3.....	43
2.4 Hipotesis.....	43



BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian .....	46
3.2 Lokasi Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.4 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5 Defenisi Operasional dan Pengukur Variabel Penelitian .....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
3.7 Uji Statistik Deskriptif.....	51
3.8 Uji Model Pengukuran atau Outer Model .....	52
3.8.1 Convergent Validity .....	52
3.8.2 Discriminant Validity.....	52
3.8.3 Reliability .....	52
3.9 Uji Model Struktural atau Inner Model .....	53
3.9.1 R-Squared .....	53
3.9.2 Estimate For Path Coefficients .....	53
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik Responden .....	54
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
4.1.2 Usia Responden .....	55
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	56
4.1.4 Pengeluaran Per Bulan Responden.....	56
4.2 Analisis Statistika Deskriptif.....	57
4.3 Analisis Data.....	59
4.3.1 Convergent Validity .....	59
4.3.2 Discriminant Validity.....	62

4.3.3	Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	67
4.3.4	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	68
4.4	Pengujian Hipotesis .....	71
4.4.1	Pengujian Hipotesis H1 (Harapan Kinerja Dengan Minat Menggunakan Platform Zakat Online) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2	Pengujian Hipotesis H2 (Harapan Usaha Dengan Minat Menggunakan Platform Zakat Online) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3	Pengujian Hipotesis H3 (Pengaruh Sosial Dengan Minat Menggunakan Platform Zakat Online) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4	Pengujian Hipotesis H4 (Literasi Zakat Dengan Minat Menggunakan Platform Zakat Online) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5	Pengujian Hipotesis H5 (Hedonic Motivation Platform Zakat Online Terhadap Minat Menggunakan Platform Zakat Online) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.6	Pengujian Hipotesis H6 (Kondisi Fasilitas Platform Zakat Online Terhadap Minat Menggunakan Platform Zakat Online) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	72
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR	PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN	.....	102
Lampiran 1	Kuesioner.....	102
Lampiran 2	Hasil Analisis PLS.....	113

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil aalamiin segala puji dan syukur panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah diberikan kepada saya, juga kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, tidak lupa juga shalawat serta salam saya panjatkan kepada nabi Muhammad Shallahu'alahi wasalam yang menjadi suri tauladan bagi umat islam.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusun skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir. Skripsi ini., oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada dosen pembimbing saya pak Heri Sudarsono S.E., M.Ec yang telah memberikan waktunya dalam memberikan ilmu dan membimbing dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi ini, dan telah memberikan saya banyak pembelajaran tentang ketelitian dan konsistensi yang sangat berharga kepada saya hingga skripsi ini bisa dapat terselesaikan dengan baik.
2. kedua orang tua saya yang saya cintai, kakak dan adek saya sayangi yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan doa selalu dalam menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan skripsi Syobri, Haviv, Sri Utami, Gita Ami, Zuhdi, Farid dan Emiroh . Terima kasih selama ini atas motivasi serta dukungan.
4. Fajrul dan cahya sahabat saya yang selalu support dalam segala hal untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat seperjuangan perkuliahan Cleaver Team yang telah menjadi partner serta teman selama menjalani kuliah hingga akhir selesai tugas akhir skripsi

Terimakasih kepada pihak yang telah membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini, semoga Allah selalu melindungi kalian

Wassalamualaikum Wr Wb.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, literasi zakat, kondisi fasilitas terhadap minat membayar zakat menggunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat umat islam dalam membayar zakat melalui platform online. Penelitian ini menggunakan 135 responden dimana 55 perempuan dan 80 laki-laki yang menggunakan platform online dalam membayar zakat dengan penyebaran kuisisioner online dalam bentuk google form yang disebarakan melalui grup wa. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) analisis. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, literasi zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan platform zakat online.

**Kata kunci :** *Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, literasi zakat, kondisi fasilitas, minat menggunakan platform zakat online.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Agama islam memiliki lima pondasi dasar, lima pondasi ini bisa dikatakan pondasi yang wajib dilaksanakan oleh umat islam. Pondasi ini lebih sering disebut sebagai rukun islam. Salah satu rukun islam yang harus dipenuhi oleh seorang muslim adalah mengeluarkan zakat. Di Indonesia zakat diatur oleh undang-undang tentang pengelolaan zakat nomor 23 tahun 2011. Menurut undang-undang zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh pemeluk agama islam untuk diberikan zakat kepada golongan yang menerima. Sesuai amanat konstitusi Negara RI. Zakat juga merupakan bentuk ibadah seperti shalat, puasa, zakat dan lainna dan telah diatur secara rinci berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Zakat dapat membantu untuk mengatasi kemiskinan dan kesenjangan social atau ekonomi. Lahirnya UU No 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang mengelola zakat nasional. Program berbasis zakat mulai semakin diminati oleh banyak simpatisan karena dianggap sebagai wadah pembangun kepedulian terhadap sesame. Badan resmi yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia untuk mengelola (menghimpun dan menyalurkan ) zakat ditingkat nasional merupakan BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional).(Putri & Ernawati, 2019)

Zakat secara etimologi berarti bertambah dan berkembang. Apapun yang meningkat dalam jumlahnya atau berkembang ukurannya. Disebut *Zakattu-zuru* apabila tanaman itu berkembang dan bagus. Secara terminology berarti beribadah kepada Allah mengeluarkan bagian wajib secara syara dari harta dan diberikan kepada pengurus zakat.(Ramadhan & Triono, 2022).

Allah SWT berfirman dalam Q.S Ar-Rum ayat 39 yang artinya “ Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang

kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipat gandakan ( pahalanya).” Lalu Allah berfirman dalam Q.S As-Saba ayat 39 yang artinya “Katakanlah, sungguh, tuhanku melapangkan rezeki dan membatasinya bagi siapa yang dia kehendaki di antara hambah- hambahnya. Dan apa saja yang kamu infakkan, Allah akan menggantinya dan dialah pemberi rezeki yang terbaik.(Ramadhan & Triono, 2022).

Adanya perkembangan teknologi berdampak pada perekonomian di Indonesia terutama ekonomi digital. Menurut Gubernur Bank Indonesia atau BI Perry Warjiyo tahun 2022 mengatakan salah satu caranya menjaga momentum pemulihan ekonomi akibat pandemi dengan ekonomi digital. Salah satu upaya ekonomi digital melalui penguatan kebijakan dan akselerasi digitalisasi sistem pembayaran (Gubernur Bank Indonesia, 2022).

Salah satu upaya dalam pemulihan ekonomi dalam mendorong penurunan kemiskinan dan ketimpangan dalam bidang ekonomi adalah peran kebijakan EKSyar. Menurut Bank Indonesia adanya transformasi ekonomi dan keuangan syariah (EKSyar) dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru. Pada dasar prinsip EKSyar adalah memanfaatkan optimalisasi pada semua sumber daya dan teknologi yang akan mendorong aktivitas ekonomi produktif (Gubernur Bank Indonesia, 2021).

Salah satu upaya dalam EKSyar adalah optimalisasi keuangan sosial syariah dengan prinsip penggunaannya. Prinsip penggunaan yang sesuai dengan zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZIS) yang dapat mengurangi kemiskinan dan melebarnya ketimpangan. Apabila pemanfaatan zakat, infaq, sedekah dan wakaf dilakukan dengan teknologi akan mendorong peningkatan dana tersebut.

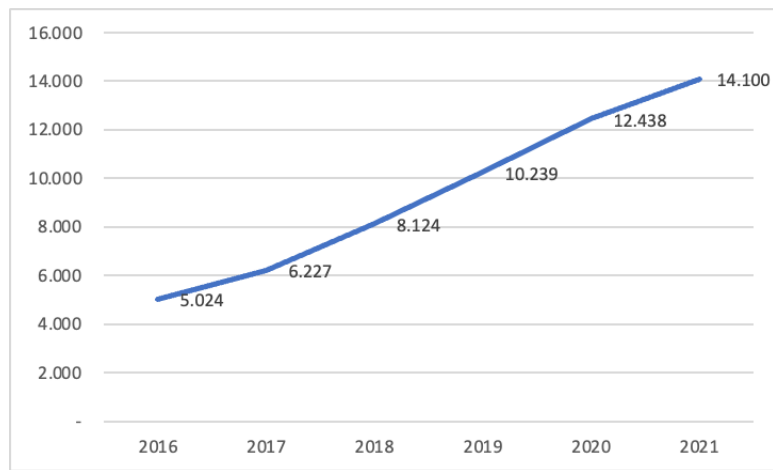
Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS, total potensi zakat masyarakat Indonesia mencapai Rp372,6 Triliun pada tahun 2020. Hal tersebut memberikan dampak positif bagi Indonesia. Karena telah menyebabkan Indonesia meraih predikat sebagai negara paling dermawan di dunia pada tahun 2021 menurut Charities Aid Foundation (CAF). Karena potensi besarnya, Indonesia

kemudian menjadikan zakat, infaq, sedekah (ZIS) sebagai sarana pembantu kesejahteraan umat serta instrumen jaminan sosial (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021).

Akan tetapi, realisasi pengumpulan ZIS dikatakan belum optimal sehingga diperlukan inovasi dalam pengumpulan ZIS. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital. Upaya yang dilakukan yang pertama dengan lebih aktif mengajak masyarakat untuk bersedekah dan memberikan pengetahuan mengenai teknologi digital bagi Organisasi Pengelola Zakat khususnya di daerah. Kedua penyusunan panduan digitalisasi pembayaran ZIS dan yang ketiga penggunaan teknologi yang terkini seperti big data dan *artificial intelligence* (AI) untuk mempermudah dalam pelayanan pembayaran zakat, infaq, sedekah (ZIS) kepada muzakki. (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021).

Dengan demikian, upaya diatas telah dilakukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyatakan adanya optimalisasi teknologi dengan digitalisasi keuangan syariah. Pada penguatan ekosistem digitalisasi zakat nasional dengan adanya sistem pelaporan zakat melalui SiMBA adalah alat bantu termudah bagi organisasi pengelola zakat dalam mewujudkan pelaporan zakat yang terintegrasi (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2022).

Outlook Zakat Indonesia yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional tahun 2022, bahwa potensi zakat dimiliki Indonesia mencapai Rp 239 Triliun pada tahun 2021. Berikut realisasi zakat di Indonesia tahun 2016-2021:



**Gambar 1. 1 Realisasi Pengumpulan Dana Zakat di Indonesia 2016 – 2021 (Miliar)**

Sumber : (Zaenal et al., 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 menjelaskan bahwa realisasi pengumpulan dana zakat mengalami peningkatan pada tahun 2016 hingga 2021. Meskipun realisasi zakat nasional masih dibawah satu persen dari proyeksi yang dimiliki, namun pertumbuhan zakat di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Apabila dibandingkan dengan dana yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat dalam mengatasi kemiskinan yakni sekitar Rp 70 Triliun pada tiap tahunnya, maka dapat dikatakan melalui zakat setidaknya 1,7 juta mustahik yang setara dengan enam persen warga miskin dapat terbantu dengan adanya penyaluran zakat.

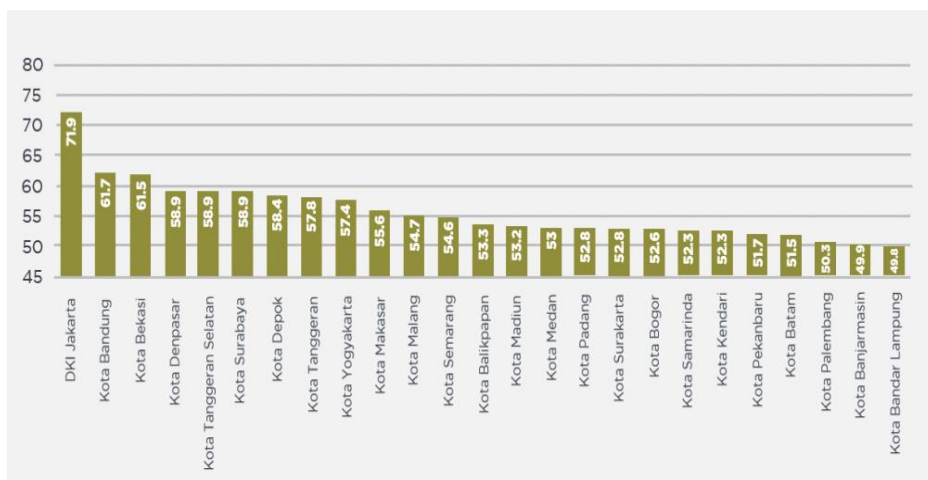
Menurut Laporan Statistik Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020, penghimpunan zakat tahun 2019 baru sekitar 3% dari potensinya. Estimasi terbaru menunjukkan bahwa pengumpulan zakat pada tahun 2020 hanya 13,22 triliun rupiah atau sekitar 6% dari potensinya. Kondisi tersebut menjadi sebuah tantangan dan perlu adanya solusi terkait keberadaan potensi besar yang dimiliki zakat di Indonesia terkait penghimpunan nya (BAZNAS, 2019).



Menurut (Hudaefi et al., 2020) keberadaan perkembangan era digitalisasi saat ini serta pemanfaatan teknologi dalam membayar zakat harus direspon dengan baik oleh organisasi pengelola zakat, khususnya di Indonesia. Pengumpulan zakat berbasis teknologi akan meningkatkan efisiensi, dimana pemanfaatan teknologi akan memobilisasi penghimpunan zakat dan pemberdayaan masyarakat yang lebih baik (Sulaeman & Ninglasari, 2020b).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Murniati & Beik, 2012), sejak perubahan pemberlakuan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat menjadi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, perkembangan dan pengelolaan yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional serta Lembaga Amil Zakat mengalami peningkatan yang semakin baik, salah satunya dalam menerapkan sistem digitalisasi pada penghimpunan dana zakat yang menjadi Rencana Strategi BAZNAS Tahun 2016 hingga 2020.

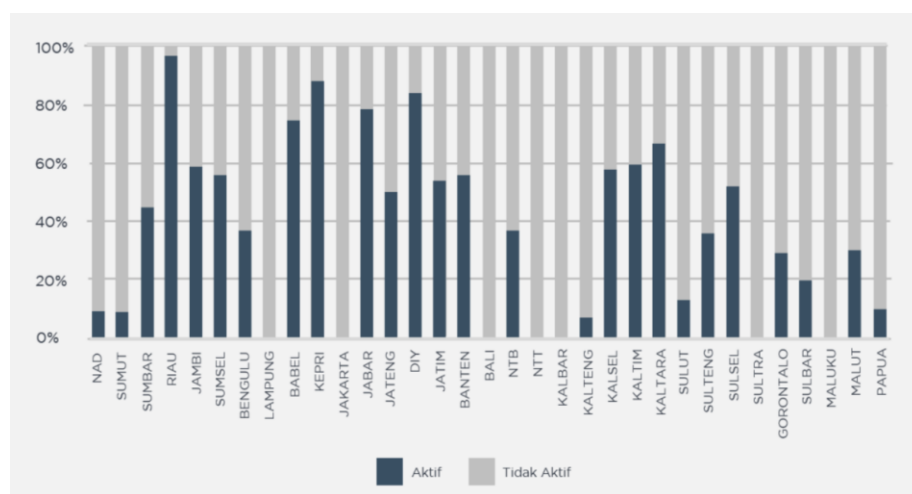
Pada pemanfaatan digitalisasi dalam penghimpunan dana zakat hal utama yang perlu diketahui adalah adanya pemahaman penggunaan digital. Pada wilayah di Indonesia memiliki masalah dalam hal kesenjangan pemahaman penggunaan digital, berikut indeks saing digital:



**Gambar 1. 2 Indeks Daya Saing Digital (2021)**

Sumber : (Zaenal et al., 2022)

Pada Gambar 1.2 menjelaskan bahwa indeks daya saing digital tahun 2021 menunjukkan bahwa didominasi penggunaan digital Provinsi yang ada di Jawa Barat. Kondisi tersebut dapat mendorong pengumpulan zakat yang dilakukan terutama di Provinsi Jawa Barat. Diketahui pengelolaan zakat di Indonesia yang dilakukan BAZNAS sebanyak 514 unit, dilakukan pelaporan digital zakat yang dinamakan Sistem Informasi Manajemen BAZNAS (SIMBA). Berikut pengguna aktif SIMBA pada setiap provinsi: (Zaenal et al., 2022).



**Gambar 1. 3. Pengguna Aktif SIMBA per provinsi (2021)**

Sumber : Laporan Statistik Zakat BAZNAS 2022

Berdasarkan Gambar 1.3 menjelaskan bahwa pengguna aktif SIMBA didominasi oleh wilayah Pulau Sumatera, padahal masyarakat yang memiliki kesenjangan digital tertinggi terdapat di beberapa Provinsi di Jawa Barat. Dengan demikian, beberapa Provinsi di Jawa Barat mengindikasikan bahwa kesadaran pada penggunaan ataupun literasi mengenai SIMBA masih belum optimal. Penerimaan dan penggunaan platform pembayaran zakat oleh pembayar zakat menjadi kajian yang cukup menarik untuk dilakukan di masa sekarang. Pasalnya, perkembangan teknologi di dunia telah memperkenalkan platform pembayaran zakat. Namun faktanya masih

banyak kendala, seperti platform pembayaran zakat online belum terlalu sering digunakan karena jumlah masyarakat yang membayar zakat secara online masih sangat sedikit dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang membayar zakat secara offline (Syahputra & Mukhtasar, 2021).

Meskipun beberapa lembaga zakat telah memiliki platform digital untuk meningkatkan penghimpunan zakat, namun sebagian besar belum memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal (Kasri & Yuniar, 2021a). Hal tersebut juga dibenarkan dengan fakta atas studi yang dilakukan oleh (Sulaeman & Ninglasari, 2020b) bahwa hanya 6,74% zakat yang terkumpul dihimpun melalui platform digital. Meskipun demikian, terjadi peningkatan dana zakat yang dihimpun melalui jalur digital, dari 1% di tahun 2016 menjadi 12% di tahun 2017 (Badan Amil Zakat Nasional, 2019). Jumlah ini bisa semakin meningkat jika alasan di balik penggunaan teknologi tersebut dipahami dengan jelas. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan platform online untuk membayar zakat.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan studi empiris kuantitatif mengenai Analisis Minat Umat Islam Membayar Zakat Melalui Platform Online. Perluasan *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) diadopsi sebagai kerangka teoritis, dimana literasi zakat ditambahkan ke komponen utama kerangka UTAUT, yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi fasilitasi, dan pengaruh sosial, dengan ditambahkan melalui variabel literasi dan minat atas penggunaan platform pembayaran zakat online.

Teori UTAUT telah banyak diterapkan dalam penelitian sebelumnya terkait dengan respon dan penerapan teknologi. Namun, studi tersebut melibatkan temuan yang berbeda untuk setiap variabel yang mempengaruhi niat dan perilaku teknologi. Hasil temuan menunjukkan bahwa variabel pertama yaitu harapan kinerja (*Performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Kasri & Yuniar, 2021a). Hasil penelitian (Mahri et al., 2019) variabel kedua yaitu Harapan Usaha (*Effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Sulaeman & Ninglasari,

2020b).Namun, temuan menarik menyatakan bahwa *Effort expectancy* tidak mempengaruhi *behavioral intention* Kemudian, variabel ketiga yakni pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Muneeza & Nadwi, 2019). Lalu, literasi atas zakat berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Cahyani et al., 2022)

Dalam hal ini menjadi salah satu latar belakang untuk melakukan penelitian terkait ***Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus di Provinsi Jawa Barat.***

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Setelah mengemukakan latar belakang penelitian seperti di atas, maka dapat dibuat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harapan kinerja platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online?
2. Bagaimana pengaruh harapan usaha platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online?
3. Bagaimana pengaruh sosial terhadap minat menggunakan platform zakat online?
4. Bagaimana pengaruh literasi zakat terhadap minat menggunakan platform zakat online?
5. Bagaimana pengaruh hedonic motivation platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online?
6. Bagaimana pengaruh kondisi fasilitas platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian terkait Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus di Provinsi Jawa Barat memiliki tujuan akhir penelitian yakni :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harapan kinerja platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harapan usaha platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial terhadap minat menggunakan platform zakat online.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi zakat terhadap minat menggunakan platform zakat online.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh hedonic motivation platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kondisi fasilitas platform zakat online terhadap penggunaan platform zakat online.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam mencapai tujuan penelitian ini, terdapat pula manfaat yang didapat dari penelitian ini:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan sumber acuan untuk pengembangan penelitian berikutnya, terkait implementasi serta pengembangan zakat, terutama terkait dalam bidang penggunaan atas penerapan teknologi.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan dalam memberikan gambaran kepada pemerintah dalam pengembangan teknik untuk penghimpunan dana zakat yang lebih efisien, efektif, dan akuntabel. Hal ini juga dapat menjadi bagian

dari solusi dalam meningkatkan penerimaan zakat dengan potensi jumlah umat muslim yang banyak di Indonesia.

## 1.5 **Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan ini akan menjelaskan mengenai hal yang melatar belakangi penelitian ini, apa saja rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian, apa saja tujuan penelitian, serta apa saja manfaat dilakukannya penelitian ini terkait Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Provinsi Jawa Barat.

### **BAB II Telah Pustaka Dan Landasan Teori**

Pada bab kedua ini akan menjelaskan mengenai data-data yang relevan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan serta pembahasan mengenai kajian pustaka atau teori pendukung dalam pelaksanaan penelitian tentang Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Provinsi Jawa Barat

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ketiga ini akan menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian tentang Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Provinsi Jawa Barat terkait sampel, alat analisis, dan model penelitian yang lebih spesifik.

### **BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Sesuai judulnya, bab ini akan menjelaskan mengenai hasil dari analisis data penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut tentang Analisis Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus

Provinsi Jawa Barat serta pengaruh-pengaruh yang didapat dari masing-masing variabel.

## **BAB V Kesimpulan Dan Saran**

Selanjutnya bab terakhir akan menyatakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diolah kemudian memberikan saran beserta pemberian rekomendasi dari hasil penelitian yang telah didapat terkait Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Provinsi Jawa Barat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam membangun konsep penelitian terkait Analisis Minat Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Di Provinsi Jawa Barat, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam menentukan hasil yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh (Kasri & Yuniar, 2021b) dengan judul *Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience* melalui analisis SEM dengan penerapan konsep UTAUT. Penelitian ini menggunakan variabel harapan kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, literasi zakat dan niat perilaku. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitasi, dan literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan platform online untuk membayar zakat di Indonesia. Namun, pengaruh sosial ditemukan tidak signifikan dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan variabel harapan kinerja, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, kondisi fasilitasi, dan literasi zakat sedangkan pada penelitian saya menggunakan variabel harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh social, literasi zakat, kondisi fasilitas, dan hedonic motivation.

Penelitian yang dilakukan oleh (Arif et al., 2023) dengan judul *The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia* melalui analisis multinomial logit dengan konsep *Technology Acceptance Model Theory* (TAM). Melalui pengolahan data primer, berdasarkan penelitian ini didapatkan suatu teori bahwa banyaknya manfaat yang didapatkan, mudahnya penggunaan, dan risiko



mempengaruhi niat untuk menggunakan pembayaran zakat digital. Variabel lain, kontinuitas, dan kepercayaan, tidak mempengaruhi niat. Hasil serupa juga diperoleh untuk niat membayar zakat secara tunai. Implikasi dari hasil tersebut menunjukkan bahwa organisasi pengelola zakat harus meningkatkan fitur pada platform pembayaran digital untuk memudahkan masyarakat membayar zakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis multinomial logit sedangkan pada penelitian saya menggunakan SmartPLS 3.0.

Penelitian yang dilakukan oleh (Arif et al., 2023) dengan judul *Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic* melalui analisis SEM dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) secara online pada UTAUT 2 dapat dipengaruhi oleh variabel *perceived risk* (PR) yang mampu mempengaruhi semua variabel yang ada, namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi ketertarikan atau behavioral intention. Selanjutnya dijelaskan juga bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan nilai harga tidak berpengaruh kepada minat masyarakat dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online, sedangkan kondisi fasilitasi, motivasi hedonis dan kebiasaan dapat mempengaruhinya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis SEM sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani et al., 2022) dengan judul *Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat* melalui analisis *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan pembayaran zakat digital. Sedangkan efek moderasi menunjukkan bahwa hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat berperilaku

dimoderasi oleh pengetahuan zakat. Hasil tersebut berimplikasi pada perlunya peningkatan efektivitas pembayaran zakat digital, memiliki influencer yang mengedukasi tentang pembayaran zakat menggunakan digital dan memperkaya pilihan lembaga pengelola zakat yang mengakomodir pembayaran digital sehingga niat muzakki untuk membayar zakat menggunakan pembayaran digital tercapai kenaikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis partial least square-structural equation modeling sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan oleh (Nuryahya et al., 2022) dengan judul *Technology acceptance of zakat payment platform: An analysis of modified of unified theory of acceptance and use of technology* melalui analisis *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja dan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Kondisi fasilitas dan niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan alat pembayaran zakat secara daring tersebut. Penyebabnya adalah pembayaran zakat secara online atau daring ini lebih cepat selesai dibandingkan dengan membayar zakat secara langsung atau luring. Sehingga masyarakat lebih tertarik membayar zakat secara daring

Penelitian yang dilakukan oleh (Soemitra & Nasution, 2021a) dengan judul *The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations* melalui analisis regresi linear berganda. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Literasi Zakat tidak mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Sedangkan variabel kepercayaan, dan kemudahan pembayaran digital secara parsial mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Secara simultan ketiga variabel penelitian tersebut mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Perbedaan

penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan oleh (Musahidah & Sobari, 2021) dengan judul *Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment* melalui analisis *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Level of Knowledge, dan Image berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam membayar wakaf tunai menggunakan e-payment. Namun, variabel Kondisi Pemfasilitasi dan Keyakinan Beragama ditemukan tidak signifikan, serta Harapan Usaha sebagai variabel moderator antara Harapan Kinerja dan Niat Perilaku ditemukan tidak signifikan terhadap niat generasi milenial dalam membayar wakaf tunai menggunakan e-payment. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis *partial least square-structural equation modeling* sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman & Ninglasari, 2020b) dengan judul *Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study* melalui analisis *partial least square-structural equation modeling* (PLS) dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel (ekspektasi performa, ekspektasi usaha, pengaruh sosial) kecuali kondisi fasilitasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat crowd funders Muslim untuk menggunakan model platform crowdfunding berbasis Zakat. Studi ini akan membantu pemerintah dan pembuat kebijakan untuk merencanakan strategi intervensi yang tepat guna meminimalkan dampak buruk pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis

partial least square-structural equation modeling sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan oleh (Farhatunnada & Ghafur Wibowo, 2022) dengan judul *Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic* melalui analisis SEM dengan konsep UTAUT. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) secara online pada UTAUT 2 dapat dipengaruhi oleh variabel *perceived risk* (PR) yang mampu mempengaruhi semua variabel yang ada, namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi ketertarikan atau behavioral intention. Selanjutnya dijelaskan juga bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan nilai harga tidak berpengaruh kepada minat masyarakat dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online, sedangkan kondisi fasilitasi, motivasi hedonis dan kebiasaan dapat mempengaruhinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis SEM sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian yang dilakukan (Anjaswati & Berakon, 2022) berjudul *Utaut dan Kepuasan Berzakat melalui Fintech: Peran Religiositas sebagai Variabel Moderasi* melalui analisis SEM dengan teori penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT). Berdasarkan penelitian tersebut didapat bahwa semua variabel UTAUT yang berupa Performance, Expectancy, Facilitating Condition, and Price Value memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan muzakki, kecuali pada social influence. Selain itu, religiositas secara signifikan juga memberikan efek moderasi pada hubungan konstruk UTAUT dengan tingkat kepuasan muzakki, kecuali pada hubungan price value. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis SEM sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian (Anggraini & Indrarini, 2022) berjudul *Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat melalui Zakat Digital pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo* dengan teknik penelitian berupa analisis regresi berganda. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pembayaran zakat secara digital pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Namun, tingkat kepercayaan masyarakat sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat yang melakukan pembayaran zakat secara digital di Kabupaten Sidoarjo. Dari penelitian ini juga disimpulkan bahwa literasi zakat dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Kabupaten Sidoarjo dalam pembayaran zakat secara digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian (Astuti & Prijanto, 2021) berjudul *Factors Affecting Muzakki's Interest in Paying Zakat through Kibtabisa.com: Technology Acceptance Model Approach and Theory of Planned Behavior* melalui analisis *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, sikap, norma, subjektif, serta persepsi kontrol perilaku dapat mempengaruhi minat muzakki dalam pembayaran zakat melalui aplikasi kitabisa.com. Hal ini juga membuktikan bahwa lebih mudahnya penggunaan aplikasi kitabisa.com berpengaruh pada tingkat kegunaan. Kemudian, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi sifat secara signifikan. Akan tetapi persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi kitabisa.com sebagai sarana pembayaran zakat digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0

Penelitian (Farabi, 2016) berjudul *Analisis Penerapan Sisten Informasi ZIS dengan Menggunakan Metode UTAUT* melalui analisis *Structural Equation Modeling* dengan Sistem Informasi Zakat Infaq Sodaoh, dan Waqaf. Hasilnya yakni penerimaan dan penggunaan SIZIS dipengaruhi oleh variabel *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Adapun *Effort Expectancy* tidak berpengaruh, sementara variabel moderasi ada pengaruh dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis *SmartPLS 3.0*

Penelitian yang dilakukan oleh (Soemitra & Nasution, 2021a) dengan judul *The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations* melalui analisis regresi linear berganda. Melalui pengolahan data primer, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Literasi Zakat tidak mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Sedangkan variabel Kepercayaan, dan Kemudahan Pembayaran Digital secara parsial mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Secara simultan ketiga variabel penelitian tersebut mempengaruhi niat Generasi Z dan Milenial untuk membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis *SmartPLS 3.0*

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Zakat**

Secara etimologis berdasarkan Institusi (Al-Arabiyyah, 2004) kata *zakā* (زك) memiliki arti yakni tumbuh dan bertambah. Kata *zakā* (زك) juga dapat diartikan sebagai

keberkahan, tumbuh, suci serta kebaikan. Makna zakat ini juga ada dalam firman Allah SWT dalam Surah Maryam ayat 13:

وَحَنَانًا مِّن لَّدُنَّا وَرَكُوعًا ۖ وَكَانَ تَقِيًّا ۝

Artinya: (Kami anugerahkan juga kepadanya) rasa kasih sayang (kepada sesama) dari Kami dan bersib (dari dosa). Dia pun adalah seorang yang bertakwa.

Disisi lain, juga terdapat dalam Surah Asy-Syams ayat 9:

قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا ۖ

Artinya: Sungguh beruntung orang yang mensucikannya (jiwa itu)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prodi et al., 2019), pengertian zakat secara terminologi oleh para ulama, dibagi menjadi beberapa makna yang berbeda-beda, yakni:

- a. Ulama *Hanafiyah*, mendeskripsikan zakat sebagai pemberian separuh atau sebagian dari harta yang telah Allah SWT berikan, untuk dapat dimiliki oleh orang fakir yang beragama Islam selain dari bani Hasyim atau budaknya, dengan ketentuan manfaat dan harta harus terputus dari pemiliknya yang asli dengan cara apapun karena Allah SWT.
- b. Ulama *Malikiyah*, mendeskripsikan zakat yakni sebagian harta yang dikeluarkan atau yang disyaratkan kepada mustahik untuk tercapainya nisab pada harta tersebut.
- c. Ulama *Syafi'iyah*, mendeskripsikan zakat sebagai pengambilan sebagian harta, dimana dari harta tertentu dari jenis tertentu untuk dibagikan ke golongan tertentu.
- d. Ulama *Hanabilah*, mendeskripsikan zakat sebagai suatu hak yang wajib untuk dilaksanakan terhadap suatu harta tertentu untuk diberikan ke golongan tertentu di waktu tertentu.

Dalam Islam, Zakat merupakan salah satu bagian dari rukun Islam yang secara jelas di dalam Al-Qur'an memosisikan zakat sering diikutsertakan setelah lafadz shalat. Konteks ini menjabarkan, bahwa Allah SWT meletakkan posisi zakat sama

pentingnya dengan shalat. Allah SWT telah menetapkan zakat sebagai salah satu kewajiban umat Islam yang dilakukan pada bulan Syawal di tahun kedua Hijriah, yakni yakni setelah ketetapan syariatnya puasa Ramadhan dan zakat fitrah. Namun, kewajiban ini tidak berlaku bagi Nabi, hal ini disebabkan salah satu tujuan zakat ialah untuk mensucikan, sedangkan Nabi terbebas dari perkara-perkara yang mengotorkan harta (*Az-Zuhaili, Wabbab. 2011. Fi, 2011*).

Perintah terkait zakat juga telah tertulis dalam beberapa dalil yang menjelaskan pula terkait kewajiban untuk mengeluarkan zakat. Menurut salah satu kitab yang dituliskan oleh (Al-Qardawi, 2013) kata zakat dalam bentuk ma'rifah telah disebutkan dalam Al-Qur'an sebanyak 30 kali, dimana 27 kali di antaranya disebutkan bersamaan setelah kata salat dalam satu ayat yang sama serta tercatat hanya satu kali kata zakat disebutkan terpisah dengan kata salat, akan tetapi ayat-ayat tersebut berbicara dalam konteks yang sama, seperti dala firman Allah SWT dalam Surah Al-Mu'minun ayat 2-4:

الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خُسْفُونَ وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ ۝

Artinya: *(Yaitu) orang-orang yang khusyu dalam shalatnya, orang-orang yang meninggalkan (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna, orang-orang yang menunaikan zakat.*

Dalam Al-Qur'an, secara jelas Allah SWT telah menjabarkan kewajiban berzakat bagi umat Islam yang mukallaf, yang ada pada Surah At-Taubah ayat 103, Allah SWT berfirman:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: *Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*

Dalam Surat Al-Bayyinah ayat 5, Allah SWT berfirman tentang kewajiban dalam menunaikan zakat;

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَامَةِ ۝



*Artinya: Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan shalat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar).*

Dalam menjalan perintah yang disampaikan oleh Allah SWT di Al-Qur'an terkait kewajiban berzakat bagi umat Islam serta menjadikannya sebagai salah satu rukun Islam serta memberikan posisi ibadah yang tinggi dan penting. Hal ini disebabkan zakat dapat memberikan kemaslahatan dan manfaat yang luas baik bagi *muzakki* maupun *mustahik* zakat di dunia serta akhirat secara khusus, bahkan memberikan manfaat kepada pemerintah secara umum. Berdasarkan kitab yang ditulis oleh (Ghafilliy, 2008) terdapat beberapa hikmah serta manfaat dalam pelaksanaan zakat, yakni:

- a. Zakat sebagai bentuk loyalitas seorang hamba terhadap Tuhannya.
- b. Zakat sebagai bentuk kesyukuran atas nikmat harta yang dimiliki
- c. Zakat sebagai sarana pembersih dosa bagi muzakki
- d. Zakat sebagai media pembersih sifat kikir dan pelit bagi muzakki
- e. Zakat sebagai pembersih harta
- f. Zakat sebagai pembersih hati fakir miskin dari rasa iri, hasud dan cemburu
- g. Zakat membuat pahala yang berlipat ganda serta derajat yang tinggi bagi muzakki
- h. Zakat sebagai pertolongan dari orang kaya untuk orang miskin
- i. Zakat sebagai pengembangan harta zakat
- j. Zakat sebagai Sebagai bentuk jaminan sosial umat
- k. Zakat sebagai instrumen pertumbuhan ekonomi Islam
- l. Zakat sebagai dakwah dan seruan agama

### **2.2.2 Konsep Zakat dan Digitalisasi**

Dalam kitab yang ditulis oleh (Qardhawi, 1999) bahwa zakat secara makna bahasa, memiliki berbagai arti dalam konteks istilah sastra, seperti berkah, pertumbuhan, perkembangan, kemurnian dan kerapian. Namun , dalam pandangan Islam, zakat dapat diartikan sebagai sebagian dari harta yang dimiliki kemudian

diberikan kepada orang yang layak menerima zakat menurut ajaran Islam. Karena hal tersebut, zakat disebut sebagai instrumen Islam yang menyalurkan zakat (*muzakki*) kepada penerima zakat yang telah ditentukan oleh Alquran (*mustahik*), serta pendistribusiannya didasarkan pada tata cara dan pertimbangan fikih tertentu.

Dalam Islam, zakat menjadi salah satu dalam lima pilar islam yang dianggap sebagai salah satu institusi utama pada ekonomi Islam yang bertujuan untuk menyalurkan kembali pendapatan dan memastikan adanya keadilan bagi penerimanya (Choudhury & Malik, 1992). Lalu, berdasarkan etika Islam yang bersumber dari kesatuan pengetahuan monoteistik, zakat dianggap sebagai lembaga ekonomi-etis. (Choudhury & Bhatti, 2016).

Dalam teori yang dikembangkan oleh (Tlemsani & Matthews, 2020) keberadaan zakat dimaksudkan untuk membantuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat muslim, sehingga melalui dampak yang diterima atas adanya zakat, pengembangan berbasis teknologi pada penghimpunan zakat menjadi suatu hal yang dibutuhkan (Yuniar et al., 2021)

Individu dan masyarakat kini telah merasakan keberadaan zakat. Hal ini membuktikan, bahwa secara individual, zakat yang menjadi pemberian atas harta pribadi melalui zakat diharapkan dapat mensucikan akal manusia dari sifat mementingkan diri sendiri dan penimbunan harta, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an pada Surah At- Taubah ayat 34 dan 35, serta mengurangi kecenderungan keserakahan (Qardhawi, 1999) Namun, pada tingkat masyarakat luas, zakat juga turut serta dalam mengatasi kemiskinan dan ketimpangan pendapatan, mampu meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi penerima manfaat dan membangun fasilitas pendidikan dan kesehatan yang berkualitas (Muthi'ah et al., 2021)

Dalam mewujudkan tujuan serta fungsi zakat di masyarakat yang memiliki dampak positif, maka masyarakat Muslim melakukan upaya untuk mengelola zakat tersebut secara profesional. Pada perkembangan zaman yang diikuti dengan kemajuan teknologi, organisasi zakat secara global secara bertahap mengadopsi konsep teknologi

dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Salleh et al., 2017). Teknologi digital juga semakin banyak digunakan oleh lembaga zakat di Indonesia, mulai dari penghimpunan, pendistribusian, pengelolaan zakat dan edukasi terkait literasi zakat.

Melalui Laporan Rencana Strategi oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tahun 2016 - 2020, dijelaskan bahwa akan menerapkan teknologi informasi dalam pembayaran zakat. Dalam rencana strategis tersebut teknologi digital diharapkan dapat membantu peningkatan pengumpulan zakat secara efektif dan efisien. Adanya teknologi digital juga termasuk inovasi untuk meningkatkan potensi penghimpunan dan penyaluran zakat. Munculnya program zakat digital menandai adanya teknologi dalam pembayaran zakat. Beberapa lembaga zakat bekerjasama dengan platform *crowdfunding* untuk menyediakan layanan pembayaran zakat secara daring (Hudaefi et al., 2020)

### 2.2.3 Platform Pembayaran Zakat

Pembayaran elektronik atau sering disebut e-payment merupakan pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Dalam e-payment uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses transfer diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Komponen utama pembayaran elektronik meliputi aplikasi pengiriman uang, infrastruktur jaringan, dan aturan serta prosedur yang mengatur sistem keuangan. Pembayaran elektronik dapat secara drastis meningkatkan efisiensi pembayaran dengan mengurangi biaya transaksi dan melakukan transaksi barang dan jasa dengan nilai yang sangat rendah (Musahidah & Sobari, 2021).

Di Indonesia, terdapat beberapa aspek hukum dari *Islamic crowdfunding* yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah, yakni:

- a. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

- b. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial
- c. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga pemerintah Indonesia yang diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat dimana hal tersebut membuat BAZNAS memiliki tanggung jawab utama untuk mengontrol tata kelola zakat (termasuk pengumpulan dan pendistribusian) dalam praktik nasional (Hudaefi et al., 2020). Saat ini, BAZNAS terus berinovasi dalam pelayanannya baik dalam pengumpulan maupun penyaluran dana zakat dengan hasil yang terpercaya. Kemudian, keberadaan *platform crowdfunding* berbasis zakat telah dikembangkan oleh Lembaga zakat Indonesia atau BAZNAS

Selain itu, BAZNAS telah menjalin kerja sama dengan *e-commerce* lokal, seperti *Elevenia.co.id*, *Blibli.com*, *Shopee.co.id*, *Tokopedia.com*, *Lazada.com*, *Mataharimall.com*, *JD.id*, dan *Bukalapak.com*, untuk mewujudkan potensi zakat dari generasi milenial pembayar zakat (muzakki) dalam negeri. Untuk layanan pembayaran, platform online yang dikembangkan oleh BAZNAS juga telah berkolaborasi dengan perusahaan fintech lokal seperti *Go-Pay*, *OVO*, dan *LinkAja* yang telah bermitra untuk menawarkan pembayaran zakat menggunakan kode QR (Hudaefi et al., 2020)

Pembayaran zakat melalui online atau *e-payment* bertujuan untuk membuat kemudahan bagi mereka (muzakki) yang memiliki intensitas aktivitas tinggi, dimana hal tersebut dapat meningkatkan kemudahan pembayaran dengan membuat transaksi tersebut menjadi lebih cepat dan efisien/praktis dari berbagai alat yang terhubung dengan jaringan global. Oleh karena itu, keberadaan pembayaran zakat secara online atau melalui *e-payment*, maka semua transaksi menjadi lebih mudah dilakukan, serta lebih fleksibel bagi siapa saja dan di mana saja (Yuniar et al., 2021)

## 2.2.4 Konsep Teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

*Unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) merupakan salah satu model penerimaan teknologi terbaru yang pertama dikenalkan oleh (Venkatesh & Davis, 2000) UTAUT menggabungkan delapan teori penerimaan teknologi yang sudah ada sebelumnya menjadi satu teori. Ini dianggap sebagai teori yang berguna untuk menilai pengenalan teknologi baru dan memahami faktor penerimaan yang dapat berkontribusi pada desain beberapa intervensi yang menargetkan individu untuk mengadopsi dan menggunakan sistem baru

Dalam teori hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khechine et al., 2016) bahwa model UTAUT merupakan model yang paling prediktif terkait dengan prediksi niat untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi baru. Hal tersebut, telah diperjelas pada teori sebelumnya oleh (Venkatesh et al., 2003) bahwa penerapan teori UTAUT lebih efektif dalam menjelaskan hingga 70 persen atas varians (*adjusted R<sup>2</sup>*) pada niat untuk menggunakan teknologi dibandingkan dengan teori lainnya.

### 2.2.4.1 Minat

Keberadaan minat atau niat merupakan salah satu rukun zakat yang merupakan amal wajib. Oleh karena itu harus dibayar hanya sebagai zakat karena tidak diperbolehkan untuk melakukan ibadah wajib dan sukarela dengan satu niat. Berdasarkan hal ini, membayar zakat dengan niat baik sedekah (yang berbeda dengan zakat, adalah sedekah sukarela) dan zakat sama dengan membayarnya sebagai sedekah; pahalanya adalah satu untuk tindakan ibadah sukarela. Konsekuensinya, ia harus dilunasi sebagai zakat karena keabsahan niatnya tergantung pada itu semata-mata untuk tindakan ibadah wajib. Disisi lain, dalam kitab *al-Majmu' Syarh al-Mubazzab* karya (Muthi'ah et al., 2021) menjelaskan bahwa jika seseorang membayar lima dinar dengan niat membayar sukarela serta ibadah wajib baginya sadaqah dan zakat, dimana orang tersebut akan diberi pahala untuk tindakan ibadah sukarela.

Disisi lain, (Arif et al., 2023) menjelaskan terkait adanya niat atau minat bertransaksi pada platform online adalah karena kemudahan dan biaya penggunaan yang berkaitan dengan uang elektronik yang lebih murah jika dibandingkan dengan uang tunai fisik dan tidak hanya tidak dapat dipalsukan tetapi juga dapat dipalsukan. Kemudian, intensi penggunaan berkelanjutan adalah kesediaan pelanggan untuk menggunakan produk atau layanan yang sama yang dilakukan secara otomatis, berulang, dan sering (Muhammad & Saad, 2016). Penggunaan niat terus menerus juga digunakan dalam telekomunikasi dan jaringan data untuk e-commerce dengan perlindungan privasi konsumen.

Menurut (Li et al., 2017), bahwa niat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan. Disisi lain, (Varma, 2018), mengamati ada dua item untuk mengukur niat menggunakan pernyataan, asumsi pertama adalah memiliki akses ke mobile banking, dan yang kedua adalah setelah memiliki akses ke mobile banking, diharapkan pelanggan dapat menggunakan dia. Lalu, kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keberlanjutan, sehingga pengguna dengan cepat beralih ke media sosial lain menjadikan niat berkelanjutan sebagai sumber keunggulan kompetitif bagi penyedia layanan. Ketika kinerja produk melebihi harapan konsumen maka dapat memberikan kesan positif dan membuat konsumen berniat untuk melakukan pembelian ulang di platform online.

Dalam model UTAUT terdapat empat faktor utama memberikan signifikansi terbesar dalam mempengaruhi niat dan penggunaan teknologi, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi.

#### **2.2.4.2 Harapan Kinerja**

Dalam teori yang dikembangkan oleh (Mahri et al., 2019) harapan kinerja (*performance expectancy*) atas minat menggunakan platform pembayaran zakat online adalah tingkat kepercayaan muzakki menggunakan platform pembayaran zakat online dapat memberikan keuntungan dalam membayar zakat, seperti masa manfaat yang

lebih singkat dan pembayaran zakat dapat dilakukan tanpa harus mendatangi lembaga amal. Apabila muzakki memiliki harapan yang tinggi terhadap kinerja platform pembayaran zakat digital maka akan memunculkan niat atau minat seseorang untuk melakukan pembayaran zakat secara daring.

Pada penelitian (Kasri & Yuniar, 2021) dan (Cahyani et al., 2022) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara ekspektasi kinerja terhadap minat untuk menggunakan dan menerima teknologi. Disisi lain, harapan kinerja juga berpengaruh positif terhadap penggunaan platform zakat online di Indonesia (Cahyani et al., 2022).  
H1 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan platform zakat online

#### **2.2.4.3 Harapan Usaha**

Harapan usaha digambarkan oleh (Venkatesh et al., 2003) sebagai kemudahan penggunaan teknologi. Kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan teknologi tersebut kemudian menjadi dasar pertimbangan apakah seseorang akan mengadopsi teknologi tersebut, sehingga harapan usaha dalam penelitian ini didefinisikan sebagai upaya yang diperlukan untuk mempelajari dan memahami penggunaan platform online dalam membayar zakat. (Farhatunnada & Ghafur Wibowo, 2022) juga menegaskan, bahwa harapan usaha muncul ketika seorang individu telah menggunakan suatu sistem, ekspektasi upaya juga dapat dikatakan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi.

Harapan usaha (*effort expectancy*) atas minat menggunakan platform pembayaran zakat online merupakan tingkat yang dirasakan kenyamanan muzaki saat menggunakan platform pembayaran zakat online untuk membayar zakat. Semakin tinggi *effort expectancy* seorang muzaki terhadap penggunaan platform pembayaran zakat daring maka akan berimplikasi pada munculnya niat atau minat seseorang untuk melakukan pembayaran zakat secara daring (Mahri et al., 2019).

Kemudian, diharapkan variabel ini dapat secara positif mempengaruhi minat menggunakan platform online dalam membayar zakat. Hal ini didukung oleh temuan dari beberapa penelitian sebelumnya, seperti (Sulaeman & Ninglasari, 2020) bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan dan menerima teknologi.

H2 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara harapan usaha terhadap minat menggunakan platform zakat online

#### **2.2.4.4 Pengaruh Sosial**

Pemahaman terkait pengaruh sosial mengarah terkait pemikiran seorang individu yang merasa, bahwa orang lain berpikir yakni teknologi tertentu harus digunakan (Venkatesh et al., 2003). Dalam teori yang dikembangkan oleh (Mahri et al., 2019) bahwa pengaruh sosial atas minat menggunakan platform pembayaran zakat online adalah keadaan individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhi penggunaan sistem baru. Pengaruh sosial juga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana muzaki merasa bahwa orang-orang terdekatnya harus menggunakan platform pembayaran zakat online untuk membayar zakat. Semakin tinggi pengaruh sosial muzaki terhadap platform pembayaran zakat online maka akan berimplikasi pada munculnya niat atau niat seseorang untuk membayar zakat menggunakan platform pembayaran zakat online.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara faktor sosial dan niat menggunakan platform online dalam membayar zakat secara umum. Pada studi yang dilakukan oleh Sulaiman dan Ninglasari (2020), menunjukkan pengaruh positif yang kuat atas suatu pengaruh sosial terhadap penggunaan platform online di Indonesia terkait crowdfunding, seperti zakat.

H3 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh sosial terhadap minat menggunakan platform zakat online



#### **2.2.4.5 Literasi Zakat**

Menurut (Soemitra & Nasution, 2021b) konsep literasi dapat dipahami sebagai pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang terhadap sesuatu yang kemudian dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku atau keputusan seseorang terhadap suatu hal yang bersangkutan. Berkenaan dengan zakat, dapat dipahami bahwa literasi zakat adalah pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang terhadap zakat untuk meningkatkan kesadarannya dalam menunaikan kewajiban membayar zakat. Termasuk dalam literasi zakat dalam penelitian ini adalah kemauan dan kemampuan seseorang untuk mengakses berbagai informasi yang berkaitan dengan zakat.

Literasi zakat dapat disebut sebagai pengetahuan yang berkaitan dengan konsep dan praktik zakat (Badan Amil Zakat Nasional, 2020). Konsep penggunaan variabel ini mirip dengan variabel literasi zakat yang digunakan dalam beberapa studi perilaku terkait pembayaran zakat, seperti (Kasri & Yuniar, 2021) serta (Soemitra & Nasution, 2021), dimana literasi zakat dapat berpengaruh positif atas minat membayar zakat melalui penggunaan teknologi. Namun, dalam konteks Indonesia, otoritas zakat telah menggunakan terminologi “literasi” untuk menekankan pemahaman pengetahuan dan akses informasi tentang zakat. Dengan demikian, dalam konteks kajian ini, literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami dan mengakses informasi tentang zakat. Studi-studi sebelumnya secara umum menyatakan bahwa pengetahuan zakat berhubungan positif dengan niat membayar zakat melalui metode tradisional. zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat.

H4 : Ada pengaruh positif dan signifikan literasi zakat terhadap minat menggunakan platform zakat online

#### **2.2.4.6 Kondisi Fasilitas**

Konsep kondisi fasilitas dapat digambarkan sebagai tingkat di mana orang menganggap infrastruktur organisasi dan teknis dapat diakses untuk mempromosikan teknologi tertentu. Kondisi yang memfasilitasi ini dibangun dari konstruk kecocokan yang dirasakan dan kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, kondisi fasilitasi menggambarkan dukungan dan sumber daya yang dimiliki seseorang dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tertentu. Meskipun faktor ini sering dilihat sebagai salah satu yang mempengaruhi penggunaan teknologi yang sebenarnya (Kasri & Yuniar, 2021).

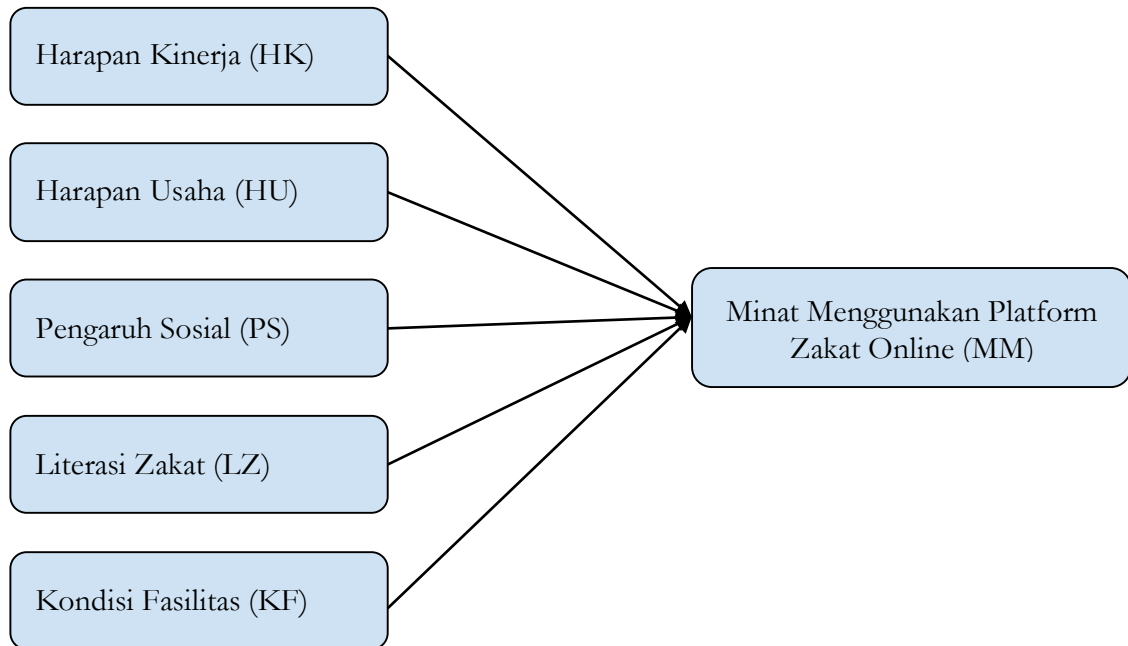
Disisi lain, menurut (Mahri et al., 2019), kondisi fasilitas atas platform pembayaran zakat online adalah keadaan seseorang percaya infrastruktur teknis dan platform pembayaran zakat online memiliki dukungan untuk membayar zakat online. Semakin tinggi kondisi fasilitasi akan meningkatkan perilaku menggunakan platform pembayaran zakat online. Maka tentunya semakin baik infrastruktur dan kondisi teknis teknologi maka semakin baik pula perilaku masyarakat yang menggunakan platform pembayaran zakat online.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada juga pengaruh positif antara memfasilitasi kondisi pada niat untuk menggunakan teknologi dan menyumbang ke crowdfunding amal online di cina (Li et al., 2017). Namun dalam penelitian (Sulaeman & Ninglasari, 2020a) , tidak menemukan dampak yang signifikan dari fasilitasi kondisi terhadap niat umat Islam untuk menggunakan model platform crowdfunding berbasis zakat di Indonesia. Meskipun demikian, studi dalam penelitian (Khechine et al., 2016) yang meneliti akurasi dan ketahanan model UTAUT memprediksi bahwa hubungan antara kondisi fasilitasi dan niat perilaku adalah positif dan signifikan secara statistik. Berdasarkan konsep dan kajian empiris tersebut, dapat diprediksi bahwa ada dampak penting dan positif antara kondisi yang memfasilitasi dan niat untuk menggunakan platform online untuk membayar zakat.

H5 : Ada pengaruh positif dan signifikan kondisi fasilitas terhadap penggunaan platform zakat online.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjabaran telaah pustaka dan landasan teori pada penelitian terkait Analisis Minat Umat Islam Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus Di Jawa Barat, maka dapat dibentuk kerangka penelitian, sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pikir**

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diungkapkan oleh penulis terkait menjawab rumusan masalah dalam penelitian terkait Analisis Minat Umat Islam Membayar Zakat Melalui Platform Online dengan studi kasus di Jawa Barat. Berdasarkan telaah teori beserta studi empiris yang ada, maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis pengaruh positif dan signifikan antara harapan kinerja platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - a)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harapan kinerja platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$  : Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harapan kinerja terhadap minat menggunakan platform zakat online.
2. Hipotesis pengaruh positif dan signifikan antara harapan usaha platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - a)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harapan usaha terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$  : Ada pengaruh positif dan signifikan variabel harapan usaha terhadap minat menggunakan platform zakat online.
3. Hipotesis pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh sosial platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - a)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$  : Ada pengaruh positif dan signifikan variabel pengaruh sosial positif terhadap minat menggunakan platform zakat online.
4. Hipotesis pengaruh positif dan signifikan antara literasi zakat platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - a)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel literasi terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$  : Ada pengaruh positif dan signifikan variabel literasi zakat terhadap minat menggunakan platform zakat online
5. Hipotesis pengaruh kondisi fasilitas platform zakat online terhadap minat menggunakan platform zakat online

- a)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$  : Ada pengaruh positif dan signifikan variabel kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan platform zakat online.
6. Hipotesis pengaruh Hedonic Motivation platform zakat online terhadap penggunaan platform zakat online.
- a)  $H_0$ : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel hedonic motivation terhadap minat menggunakan platform zakat online.
  - b)  $H_a$ : Ada pengaruh positif dan signifikan variabel hedonic motivation terhadap minat menggunakan platform zakat online

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada analisis data numerik yang diolah dengan metode statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada analisis data numerik yang diolah dengan metode statistik (Sujarweni, 2015). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan hasil yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau metode kuantitatif (pengukuran) lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian asosiasi, khususnya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sujarweni, 2015).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini di Provinsi Jawa Barat. Alasan dilakukannya penelitian di provinsi Jawa Barat ini karena menurut Badan Pusat Statistika, jumlah penduduk di Provinsi Jawa sekitar 48,7 juta penduduk atau 56,1% dari total penduduk Indonesia (Jayani, 2021). Selain itu, komposisi penduduk di Provinsi Jawa Barat sangat bervariasi. Pusat ekonomi Indonesia terdapat di Provinsi Jawa Barat. Para peneliti menilai bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan wilayah yang terus berkembang dalam penggunaan uang elektronik.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk penelitian dan kesimpulan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini populasi penelitian mengacu pada yang berada di Provinsi Jawa barat pada dari bulan Oktober 2022 sampai November 2022. Sampel adalah sebagian dari populasi yang

diambil atau ditentukan menurut sifat dan cara tertentu untuk diteliti secara representatif. Oleh karena itu, untuk mendapatkan sampel yang representatif sebagai hasil penelitian, diperlukan metode pengambilan sampel. Sampel penelitian ini adalah pembayaran zakat menggunakan platform online , wanita dan pria berusia tahun yang berdomisili di Provinsi Jawa barat yang berjumlah 135 orang.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* termasuk metode non probability (Sugiyono, 2013). Menurut (Sugiyono, 2013) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel penelitian yang diambil adalah laki-laki dan perempuan sudah bekerja serta pernah membayar zakat menggunakan platform online tahun yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat. Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan aplikasi Partial Least Square (PLS). PLS adalah jenis analisis statistik yang mirip dengan SEM dalam analisis covariance. Oleh karena itu, PLS yang digunakan adalah berbasis regresi linear.

### **3.4 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah suatu bukti yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari responden untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2013). Data primer berupa wawancara, kuesioner, dan observasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner online yang dibuat di google form yang disebarakan melalui group wa SD, SMP, SMA/SMA atau menghubungi langsung responden.

Isi kuesioner adalah sebagai berikut:

- I : mengenai harapan kinerja (performance expectancy)
- II : mengenai harapan usaha (effort expectancy)
- III : mengenai pengaruh sosial (social influence)
- IV : mengenai kondisi fasilitas (facilitating condition)
- V : mengenai literasi zakat (zakat literacy)

VI : mengenai hedonic motivation

VII : mengenai minat menggunakan (intention of use)

Tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala likert untuk menilai faktor kuantitatif dari masing-masing indicator(Sutrisno, 1991). Pada skala ini, responden dapat mengungkapkan kekuatan perasaannya dalam arti mereka diminta untuk menentukan tingkat setuju atau tidak setuju dengan setiap rangkaian pernyataan yang terkait dengan objek stimulus Dalam penelitian ini memakai lima skala, antara lain:

Sangat tidak setuju dikasih poin	:	1
Tidak setuju dikasih poin	:	2
Netral dikasih poin	:	3
Setuju dikasih poin	:	4
Sangat setuju dikasih poin	:	5

### **3.5 Defenisi Operasional dan Pengukur Variabel Penelitian**

Definisi operasional berarti mendefinisikan sebuah konstruk yang menjadi variabel terukur, yang mengacu pada metode spesifik yang digunakan peneliti untuk memanipulasi sebuah konstruk (Indriantoro, 2007). Penelitian ini memiliki tujuh yaitu minat sebagai variabel dependen, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, literasi zakat, dan penggunaan sebagai variabel independen. Berikut adalah definisi operasional dalam penelitian :

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukur Variabel Penelitian**



<p>Minat (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Saya berniat menggunakan sistem pembayaran zakat melalui platform online di masa depan</li> <li>b. Saya akan terus menggunakan platform online untuk membayar zakat</li> <li>c. Saya akan selalu memilih untuk membayar zakat melalui platform online</li> <li>d. Saya pikir akan sangat berharga bagi saya untuk mengadopsi platform online ketika tersedia layanan zakat secara online</li> </ul>
<p>Harapan Kinerja (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Saya merasa membayar zakat menggunakan platform online berguna dalam proses pembayaran zakat</li> <li>b. Menggunakan platform online memungkinkan saya untuk menyelesaikan pembayaran lebih cepat</li> <li>c. Membayar zakat menggunakan platform online memungkinkan saya melakukan pembayaran zakat dari mana saja</li> <li>d. Membayar zakat menggunakan platform online akan meningkatkan efektivitas dalam membayar zakat</li> </ul>
<p>Harapan Usaha (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Interaksi saya terhadap platform online dalam pembayaran zakat jelas dan mudah dipahami</li> <li>b. Mudah bagi saya ketika belajar membayar zakat menggunakan platform online ini</li> <li>c. Saya akui membayar zakat melalui platform online mudah dipahami</li> <li>d. Mudah bagi saya menguasai penggunaan platform online dalam membayar zakat</li> </ul>

<p>Pengaruh sosial (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Orang-orang di sekitar saya menyarankan saya a menggunakan platform online dalam pembayaran zakat</li> <li>b. Teman dan keluarga saya mengarahkan saya menggunakan platform online untuk membayar zakat</li> <li>c. Penggunaan platform online sebagai pembayaran zakat oleh orang-orang sekitar saya, mempengaruhi saya untuk membayar zakat menggunakan platform online</li> <li>d. Secara umum, organisasi pengelola zakat mendukung metode pembayaran zakat melalui platform online</li> </ul>
<p>Kondisi Fasilitas (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Saya memiliki sarana dan prasarana yang saya perlukan untuk membayar zakat menggunakan platform online</li> <li>b. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk membayar zakat menggunakan platform online</li> <li>c. Saya memilih untuk membayar zakat di lembaga zakat yang memiliki fasilitas platform online</li> <li>d. Saya menerima instruksi yang jelas mengenai pembayaran zakat melalui platform online</li> </ul>
<p>Literasi Zakat (Kasri &amp; Yuniar, 2021b)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Saya mengetahui bahwa membayar zakat merupakan kewajiban seorang muslim</li> <li>b. Saya mengetahui bahwa pendapatan/gaji yang saya terima wajib dikeluarkan zakatnya</li> <li>c. Saya mengetahui tentang perhitungan zakat atas harta yang saya miliki</li> <li>d. Saya mengetahui jika pendapatan saya di atas nisab maka saya maka saya harus membayar zakat</li> </ul> <p>*Nishab : Jumlah minimal pendapatan yang telah mencapai batas untuk berzakat</p>

	<p>e. Saya mengetahui 8 kelompok (asnaf), seperti fakir, miskin, dsb yang diberikan zakat</p> <p>f. Saya mengetahui lembaga yang mengelola zakat, seperti Badan Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ)</p>
<p>Hedonic motivation (Venkatesh et al., 2003)</p>	<p>a. Menggunakan platform online itu menyenangkan</p> <p>b. menggunakan platform online itu sangat menghibur</p> <p>c. menggunakan platform online itu membuat saya merasa berharga</p>

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan partial least squares (PLS). PLS jenis analisis statistik yang mirip dengan SEM. Menurut (Ghozali & Latan, 2015). PLS-SEM memiliki tujuan yaitu mengembangkan teori. PLS dipakai untuk menganalisis hubungan antara variabel laten. PLS merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak mengasumsikan data acak dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sampel kecil (Ghozali, 2011). Metode SmartPLS menggunakan bootstrap atau metode perkalian acak. Oleh karena itu, asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain, dengan bootstrap, SmartPLS tidak memerlukan sampel minimal, sehingga dapat diterapkan pada penelitian dengan sampel kecil. Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran outer model dan model struktural (structural model) atau inner model.

### 3.7 Uji Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif adalah statistik yang dirancang untuk menguraikan atau memberikan gambaran tentang suatu pokok bahasan berdasarkan data dari suatu

sampel atau populasi apa adanya, tanpa menganalisis dan menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017) .

### **3.8 Uji Model Pengukuran atau Outer Model**

Outer loading , melihat setiap variabel indikator berhubungan dengan variabel tersembunyi. MTMM (MultiTrait-MultiMethod) dengan menguji *validity convergent* and *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

#### **3.8.1 Convergent Validity**

*Convergent validity* model pengukuran dengan indikator refleksif dapat melihat korelasi antara skor item atau indikator dengan skor variabelnya. Ukuran reflektif individual dianggap tinggi jika korelasinya lebih besar dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

#### **3.8.2 Discriminant Validity**

*Discriminat Validity* merupakan model pengukuran dari indikator yang dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstraknya. Metode ini dapat diartikan sebagai metode yang membandingkan akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi konstruk model. Suatu model dapat dikatakan mempunyai *Discriminat Validity* baik ketika nilai

#### **3.8.3 Reliability**

*Reability* merupakan model pengukuran model yang berguna untuk mengetahui reabilitas suatu konstruk. Dalam PLS-SEM, untuk mengetahui reabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara yakni *Cronbach's*

*Alpha* dan *Composite reliability*. Suatu konstruk dapat dikatakan *reliable* ketika *Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability* diatas 0.70 (Ghozali & Latan, 2015).

### **3.9 Uji Model Struktural atau Inner Model**

Sebuah model struktural, atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan evaluasi antara variabel laten atau konstruksi berdasarkan teori yang bermakna.

#### **3.9.1 R-Squared**

Saat mempertimbangkan model struktural, pertama melihat perkiraannya *R-Squared* untuk setiap variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Nilai *R-Squared* ini digunakan untuk menggambarkan efek dari variabel laten dependen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Nilai *R-square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

#### **3.9.2 Estimate For Path Coefficients**

Pengujian selanjutnya adalah menggunakan metode bootstrap untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi statistik T (Ghozali & Latan, 2015).

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, menjelaskan penelitian harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, literasi, dan Hedonic Motivation zakat terhadap minat menggunakan zakat melalui platform online. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang disebarkan melalui kuesioner kepada orang sudah memiliki penghasilan yang pernah membayar zakat menggunakan platform online di Provinsi Jawa Barat. Model dan keuntungan dari desain yang diusulkan dan pengujian hipotesis, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) program PLS 3.0. Langkah selanjutnya menyesuaikan analisis PLS 3.0 yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Ketika hasil pengolahan data diketahui, bukti akan diamankan berdasarkan hipotesis yang ditarik setelah model penelitian sebelumnya direvisi, dan ini akan dirujuk dalam beberapa kesimpulan.

#### **4.1 Karakteristik Responden**

Data deskriptif yang diterima dari responden tertentu untuk menyampaikan kekhususan responden. Pada penelitian deskriptif berupa deskripsi profil data penelitian dan interaksi antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

##### **4.1.1 Jenis Kelamin Responden**

Persentase menurut gender responden dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4. 1 Responden Menurut Jenis Kelamin**

Responden	Jumlah	Persen
Perempuan	80	56,25%

Laki-Laki	55	43,75%
Total	135	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan responden ada 135, perempuan memiliki persentase sebesar 56,25% sedangkan laki-laki dengan persentase 43,75%

#### 4.1.2 Usia Responden

Persentase usia responden dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4. 2. Responden Menurut Usia**

Responden	Jumlah	Persen
26-30 tahun	40	31,944 %
31-35 tahun	23	16,666%
36-40 tahun	19	13,888 %
41-45 tahun	11	9,722 %
46-50 tahun	7	9,0277 %
>50 tahun	35	18,75%
Total	144	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan responden ada 135 dalam penelitian ini berusia 26-30 tahun memiliki persentase 31,944%, berusia 31-35 tahun memiliki persentase 16,666 & , berusia 36-40 tahun memiliki 13,888% , berusia 41-45 tahun memiliki 9,722 % , berusia 46-50 tahun memiliki 9,0277 % sedangkan berusia >50 tahun dengan persentase 18,75 %.

#### 4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden

Persentase pendidikan responden terakhir dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4. 3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir**

Responden	Jumlah	Persen
Lulusan SMA	24	27,0833%
D3	6	8,889%
S1	88	61,8055%
S2	10	11,1111%
S3	3	2,111%
Total	135	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan responden ada 135, dalam penelitian ini pendidikan terakhir Lulusan SMA memiliki persentase 27,0833%, sedangkan dengan pendidikan terakhir D3 berpresentasi 8,889%, ,sedangkan dengan pendidikan terakhir S1 memiliki persentase 61,8055%, sedangkan dengan pendidikan terakhir S2 memiliki persentase 11,111%, sedangkan dengan pendidikan terakhir S3 memiliki persentasi 2,111%.

#### 4.1.4 Pengeluaran Per Bulan Responden

Persentase pengeluaran per bulan responden dapat dilihat dalam tabel 4.4 berikut ini :

**Tabel 4. 4. Responden Menurut Pengeluaran Per Bulan**

Responden	Jumlah	Persen
< Rp 1.000.000	72	39,19%
< Rp 2.500.000	38	35,94%



Rp 2.500.000 - 5.000.000	18	14,38%
Rp 5.000.000 - 7.500.000	2	3,55%
Rp 7.500.000 - 10.000.000	5	6,94%
Total	135	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas terdapat responden sebesar 135, dengan pengeluaran per bulan di dominasi oleh pengeluaran sebesar Rp < Rp 1.000.000 memiliki persentase 39,19% dan pengeluaran perbulan Rp 1.000.000 – 2.500.000 memiliki persentase 35,94%. Responden yang memiliki persentase terendah pada pengeluaran perbulan Rp 5.000.000 – 7.500.000 memiliki presentase 3,55 % dan pengeluaran perbulan Rp 7.500.000 – 10.000.000 memiliki persentase 6,94%.

#### 4.2 Analisis Statistika Deskriptif

Berdasarkan data yang diterima, tanggapan yang diisi oleh responden dirangkum dan kemudian dianalisis untuk menemukan tanggapan penjasar untuk setiap variabel. Hasil pengolahan data diolah dengan menggunakan *bootstrapping* pada PLS 3.0, yang menghasilkan deskripsi statistik variabel penelitian, seperti yang dilihat pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4. 5. Deskripsi Statistik**

Item	Mean	Min	Max	Standard Deviation
EE1.1	4,311	1	5	0,898
EE1.2	4,363	1	5	0,813
EE1.3	4,430	1	5	0,756
EE1.4	4,341	1	5	0,809
FC1.1	3,667	1	5	1,082

FC1.2	3,711	1	5	0,980
FC1.3	3,696	1	5	1,006
FC1.4	3,674	1	5	0,972
HM1.1	3,881	1	5	0,870
HM1.2	2,844	1	5	1,046
HM1.3	3,593	1	5	0,968
HM1.4	4,385	1	5	0,807
LZ1.1	4,637	1	5	0,579
LZ1.2	4,593	1	5	0,600
LZ1.3	4,533	1	5	0,606
LZ1.4	4,607	1	5	0,597
LZ1.5	4,526	1	5	0,665
LZ1.6	4,526	1	5	0,607
MI1.1	3,830	1	5	0,923
MI1.2	3,667	1	5	0,974
MI1.3	3,615	1	5	1,025
MI1.4	3,704	3	5	0,974

PE1.1	4,274	1	5	0,774
PE1.2	4,267	1	5	0,781
PE1.3	4,348	1	5	0,713
PE1.4	4,319	1	5	0,757
SI1.1	3,259	1	5	1,129
SI1.2	3,326	1	5	1,121
SI1.3	3,244	1	5	1,092
SI1.4	3,348	1	5	1,042

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Convergent Validity

Tujuan adanya *convergent validity* yaitu untuk mengukur kesesuaian antara indikator hasil pengukuran variabel dan konsep teoritis yang menjelaskan keberadaan-keberadaan indikator dari uji variabel tersebut.

Convergent validity memiliki prinsip bahwa indikator dari suatu konstruk alangkah baiknya jika berkolaborasi tinggi. Uji ini dapat di evaluasi dengan melihat hasil *outer loading* (Trenggonowati & Kulsum, 2018).

Outer Loading merupakan tabel yang berisikan loading factor guna menunjukkan besarnya korelasi antara indikator dengan variabel laten. Dapat dikatakan valid apabila nilai loading factor lebih besar dari 0,7 (Trenggonowati & Kulsum, 2018).

**Tabel 4. 6. Outer Loading**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Harapan Kerja	EE1.1	0,900	Valid Konvergen
	EE1.2	0,962	Valid Konvergen
	EE1.3	0,905	Valid Konvergen
	EE1.4	0,955	Valid Konvergen
Harapan Usaha	PE1.1	0,910	Valid Konvergen
	PE1.2	0,952	Valid Konvergen
	PE1.3	0,944	Valid Konvergen
	HPE1.4	0,930	Valid Konvergen
Pengaruh Sosial	SI1.1	0,959	Valid Konvergen
	SI1.2	0,957	Valid Konvergen
	SI1.3	0,949	Valid Konvergen
	SI1.4	0,906	Valid Konvergen
Kondisi Fasilitas	FC1.1	0,914	Valid Konvergen
	FC1.2	0,930	Valid Konvergen
	FC1.3	0,943	Valid Konvergen

	FC1.4	0,935	Valid Konvergen
Literasi Zakat	LZ1.1	0,917	Valid Konvergen
	LZ1.2	0,946	Valid Konvergen
	LZ1.3	0,845	Valid Konvergen
	LZ1.4	0,911	Valid Konvergen
	LZ1.5	0,806	Valid Konvergen
	LZ1.6	0,920	Valid Konvergen
Minat menggunakan	MM1.1	0,922	Valid Konvergen
	MM1.2	0,972	Valid Konvergen
	MM1.3	0,926	Valid Konvergen
	MM1.4	0,929	Valid Konvergen
Hedonic Motivation	HM1.1	0,873	Valid Konvergen
	HM1.2	0,638	Tidak Valid Konvergen
	HM1.3	0,888	Valid Konvergen
	HM1,4	0,668	Tidak Valid Konvergen

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Dalam model *convergent validity* pengukuran menggunakan indikator berdasarkan outer loading. Penelitian ini terdapat 7 variabel dengan jumlah indikator 4-6 dengan skala 1 sampai 5. Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran yang terlihat pada tabel 4.6 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel Harapan Kerja dilihat dari EE1.1-EE1.4 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- b. Variabel Harapan Usaha dilihat dari PE1.1-PE1.4 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- c. Variabel Pengaruh Sosial dilihat dari SI1.1-SI1.4 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- d. Variabel Kondisi Fasilitas dilihat dari FC1.1-FC1.4 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- e. Variabel Literasi Zakat dilihat dari LZ1.1-LZ1.6 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- f. Variabel Minat Menggunakan dilihat dari MM1-MM4 dengan indikator mempunyai outer loading diatas 0,7.
- g. Variabel Hedonic Motivation dilihat dari HM1.1-HM1.4 dengan indikator memiliki outer loading diatas 0,7 dan dibawah 0,7

Berdasarkan hasil outer loading diatas dapat diketahui dalam loading factor bahwa semua indikator dinyatakan **valid/tidak valid** karena mempunyai *loading factor* diatas 0,7 dan dibawah 0,7. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan masing-masing indikator tersebut dinyatakan mampu mengukur variabel laten secara tepat.

#### **4.3.2 Discriminant Validity**

*Discriminant Validity* merupakan sebuah tingkat diferensiasi suatu indikator ketika mengukur beberapa konstruk instrumen. Dalam pengujiannya bisa dilakukan menggunakan pemeriksaan cross loading yaitu membandingkan

koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya (*loading*) dengan koefisien korelasi terhadap konstruk lainnya (*cross loading*). Namun dengan catatan bahwa nilai koefisien korelasi indikator harus lebih besar terhadap konstruk asosiasinya dibanding konstruksi lain. Hal ini menunjukkan nilai koefisien yang lebih besar terindikasi kecocokan suatu indikator untuk menjelaskan konstruk asosiasinya daripada menjelaskan konstruk lainnya (Treggonowati & Kulsum, 2018). Hasil *cross loading* dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4. 7. Cross Loading**

	HK	HU	HM	KF	MM	PS	LZ
HK1 .1	<b>0,900</b>	0,759	0,224	0,129	0,186	0,089	0,505
HK1 .2	<b>0,962</b>	0,847	0,382	0,207	0,279	0,122	0,568
HK1 .3	<b>0,905</b>	0,790	0,361	0,211	0,230	0,111	0,619
HK1 .4	<b>0,955</b>	0,850	0,310	0,243	0,252	0,112	0,527
FC1. 1	0,180	0,225	0,489	<b>0,914</b>	0,593	0,266	-0,004

	HK	HU	HM	KF	MM	PS	LZ
FC1. 2	0,231	0,298	0,431	<b>0,930</b>	0,542	0,344	0,091
FC1. 3	0,212	0,209	0,416	<b>0,943</b>	0,615	0,362	0,011
FC1. 4	0,186	0,265	0,493	<b>0,935</b>	0,620	0,394	0,071
HM1 .1	0,152	0,179	<b>0,87 3</b>	0,523	0,652	0,260	0,180
HM1 .2	0,275	0,304	<b>0,63 8</b>	0,326	0,437	0,297	0,347
HM1 .3	0,258	0,362	<b>0,88 8</b>	0,393	0,594	0,126	0,307
HM1 .4	0,481	0,527	<b>0,66 8</b>	0,236	0,437	0,014	0,357
LZ1	0,456	0,431	0,335	0,036	0,052	-0,010	<b>0,917</b>
LZ2	0,606	0,584	0,402	0,063	0,138	0,080	<b>0,946</b>
LZ3	0,448	0,503	0,256	0,045	0,006	-0,007	<b>0,845</b>
LZ4	0,525	0,521	0,289	-0,004	0,072	0,013	<b>0,911</b>
LZ5	0,468	0,503	0,245	0,098	0,053	0,042	<b>0,806</b>
LZ6	0,565	0,581	0,313	0,007	0,084	0,033	<b>0,920</b>



	HK	HU	HM	KF	MM	PS	LZ
MM 1.1	0,297	0,343	0,698	0,599	<b>0,922</b>	0,326	0,199
MM 1.2	0,212	0,262	0,637	0,622	<b>0,972</b>	0,366	0,073
MM 1.3	0,291	0,313	0,606	0,568	<b>0,926</b>	0,373	0,029
MM 1.4	0,172	0,257	0,664	0,602	<b>0,929</b>	0,341	0,069
PE1. 1	0,729	<b>0,910</b>	0,425	0,278	0,329	0,156	0,584
PE1. 2	0,841	<b>0,95 2</b>	0,364	0,235	0,285	0,130	0,516
PE1. 3	0,849	<b>0,94 4</b>	0,424	0,258	0,307	0,130	0,589
PE1. 4	0,866	<b>0,93 0</b>	0,323	0,213	0,232	0,087	0,513
SI1.1	0,060	0,125	0,224	0,357	0,389	<b>0,959</b>	0,009
SI1.2	0,074	0,092	0,228	0,349	0,392	<b>0,957</b>	0,020
SI1.3	0,175	0,159	0,174	0,303	0,307	0,949	<b>0,067</b>
SI1.4	0,159	0,156	0,229	0,376	0,311	0,906	<b>0,087</b>

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Hasil dari cross-loading pada Tabel 4.7, nilai korelasi variabel dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi lainnya. Menyatakan bahwa semua variable memiliki *discriminant validity* yang baik.

Selanjutnya membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar variabel. Hasilnya dimana nilai AVE asli lebih besar dari korelasi antar variabel (Yamin & Kurniawan, 2011). Model memiliki *discriminant validity* yang lebih baik jika akar kuadrat AVE untuk masing-masing variabel dengan nilai asli lebih besar dari korelasi antara dua variabel. Nilai AVE minimal yang direkomendasikan adalah sebesar dari 0,50. Hasil output nilai AVE dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4. 8 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE**

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
Harapan Kerja	0,866	0,968
Harapan Usaha	0,873	0,963
Kondisi Fasilitas	0,866	0,951
Literasi Zakat	0,796	0,959
Minat Menggunakan	0,878	0,954
Pengaruh Sosial	0,889	0,972
Hedonic Motivation	0,601	0,811

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 nilai variabel menunjukkan nilai AVE lebih besar dari 0,50 yaitu dengan nilai terkecil 0,594 untuk variabel Penggunaan Platform dan terbesar 0,675 untuk variabel Pengaruh Sosial. Nilai tersebut sudah memenuhi persyaratan sesuai dengan batas nilai minimum AVE yang ditentukan yaitu 0,50. Setelah diketahui nilai akar kuadrat dari AVE untuk

masing-masing variabel, selanjutnya adalah membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel dalam model. Pada penelitian ini hasil dari korelasi antar variabel dengan nilai akar kuadrat AVE dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4. 9. Fornel-Larcker Criterion**

	HK	HU	HM	LZ	MM	PS	LZ
HK	0,931						
HU	0,875	0,934					
HM	0,350	0,417	0,775				
KF	0,216	0,267	0,492	0,931			
MM	0,259	0,313	0,696	0,638	0,937		
PS	0,118	0,138	0,228	0,368	0,375	0,943	
LZ	0,596	0,594	0,364	0,044	0,100	0,045	0,892

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Dari hasil *fornel-larcker criterion* pada tabel 4.9 bahwa nilai korelasi variabel dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan variabel lainnya. Hal itu dapat dilihat dengan nilai akar kuadrat AVE setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara variabel dengan variabel lainnya. Dengan demikian bahwa semua variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

#### 4.3.3 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas variabel yang diukur dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari indikator yang mengukur variabel. Hasil uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari Smart PLS dapat ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut:

**Tabel 4. 10 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted(AVE)
Harapan Kinerja	0,949	0,968	0,963	0,866
Harapan Usaha	0,952	0,963	0,965	0,873
Hedonic Motivation	0,769	0,811	0,855	0,601
Kondisi Fasilitas	0,948	0,951	0,963	0,866
Minat Menggunakan	0,954	0,954	0,967	0,878
Pengaruh Sosial	0,959	0,972	0,970	0,889
Literasi Zakat	0,953	1,098	0,959	0,796

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Variabel yang reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* diatas 0,60. Dari hasil output SmartPLS di atas semua variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,60. Maka disimpulkan bahwa variable memiliki reabel yang baik dan juga nilai AVE setiap variabel > 0,5.

#### **4.3.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

Dalam menguji model struktural (inner model) digunakan dengan melihat nilai R-Squared. Menurut (Ghozali & Latan, 2015) , perubahan nilai R-Squared dapat digunakan dengan nilai 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat dikatakan bahwa model kuat, moderate, dan lemah untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, model struktural dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4. 11 R-squared**

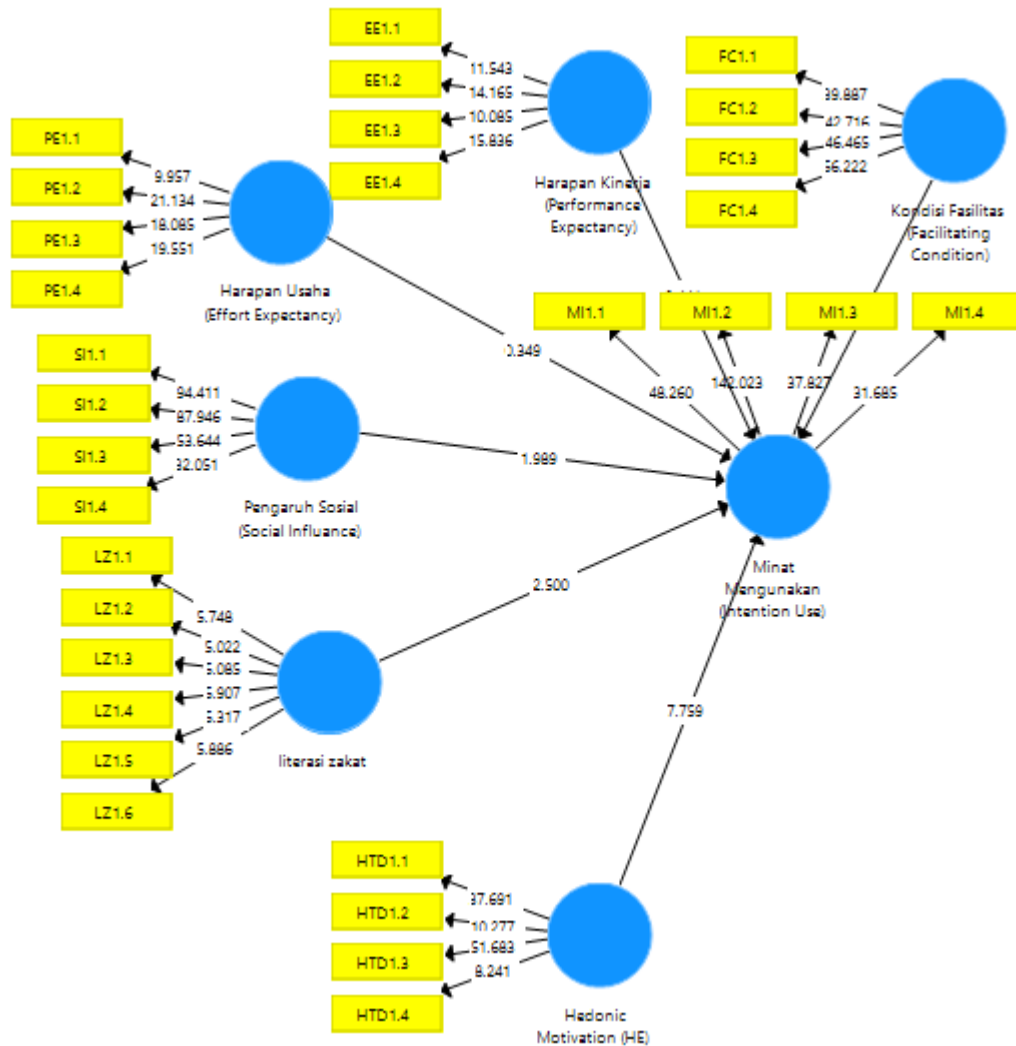
	R Square	R Square Adjusted
Minat Menggunakan	0,633	0,616

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Tabel 4.11 nilai R-Squared untuk variabel Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, dan Literasi Zakat terhadap Minat Menggabungkan adalah 0,633. Artinya, Minat Menggabungkan dipengaruhi oleh Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, dan Literasi Zakat sebesar 63,3%, sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi faktor lain.

R-square pada penelitian ini memiliki model yang moderat karena  $0.528 > 0.05$  dan  $0.568 > 0.25$ .

Dalam model evaluasi PLS dalam model struktural menggunakan R-squared untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang selanjutnya dinilai dengan signifikansi berdasarkan nilai t-statistic setiap path. Penelitian model struktural dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 4. 1 Tampilan Hasil SmartPLS Bootstrapping**

Untuk melihat signifikansi model dalam pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai t-statistic antara variabel independen ke variabel dependen dalam tabel Path Coefficient pada output SmartPLS dibawah ini:

**Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean, STDEV, t-Value)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STD EV )	P Values
HK -> MM	0,051	0,035	0,118	0,435	0,663
HU -> MM	0,047	0,059	0,124	0,378	0,705
HM -> MM	0,540	0,532	0,066	8,218	0,000
KF -> MM	0,307	0,312	0,080	3,842	0,000
PS -> MM	0,134	0,127	0,074	1,817	0,070
LZ -> MM	-0,175	-0,174	0,072	2,427	0,016

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13, dinyatakan bahwa hipotesis 1-3 penelitian berpengaruh positif dan signifikan, 1-3 berpengaruh negative dan tidak signifikan. Untuk mengetahui hipotesis 1-6 diterima dengan melihat nilai T-Statistik > T-Tabel (1,96) dan P Values < 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

pada tahap ini untuk menunjukkan bukti terhadap variabel x dan y ,apakah terdapat pengaruh antara variabelnya. Analisis ini menggunakan metode bootstrapping menggunakan SmartPLS yang mengukur seberapa besar pengaruh yang ada di antara masing-masing konstruk. Hal hal yang menjadi Pertimbangan harus diberikan diantaranya dengan mengamati nilai pada uji t. Pada penelitian ini nilai t memiliki taraf signifikansi standar sebesar 5% atau 1,96. pengujian pada tahap ini dilakukan dengan memperhatikan nilai output pada path coefficient, coefficient of determination (R<sup>2</sup> ), t-test dengan menggunakan bootstrapping, effect size (F<sup>2</sup> ), predictive relevance (Q<sup>2</sup>

Hipotesis	Pertanyaan Hipotesis	P Values	Keterangan
H1	Hedonic motivation -> minat menggunakan	0,000	Diterima
H2	Kondisi fasilitas -> minat menggunakan	0,000	Diterima
H3	Literasi zakat -> minat menggunakan	0,016	Diterima
H4	Harapan kinerja -> minat menggunakan	0,663	Ditolak
H5	Harapan usaha -> minat menggunakan	0,705	Ditolak
H6	Pengaruh sosial -> minat menggunakan	0,070	Ditolak

### 1. Hedonic motivation

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara hedonic motivation terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan platform online zakat dengan hipotesis pertama (H1) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 8,218 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H1 diterima. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa hedonic motivation memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online.

### 2. Kondisi fasilitas

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis kedua (H2) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 0,080 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa kondisi fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan



positif terhadap minat menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online.

### **3. Literasi zakat**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara literasi zakat terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis ketiga (H3) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 2,427 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,016 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa literasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online.

### **4. Harapan kinerja**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis keempat (H4) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar ,0435 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,663 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H4 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa meskipun harapan kinerja memiliki dampak yang menguntungkan, hal tersebut tidak mengubah minat menggunakan secara signifikan saat membayar zakat melalui platform online.

Berdasarkan temuan tersebut, minat Menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online memiliki Pengaruh Positif tetapi Tidak Dipengaruhi Signifikan oleh Kondisi yang Memudahkan.

### **5. Harapan usaha**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harapan usaha terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis kelima (H5) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki

nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar ,0378 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,705 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H5 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa meskipun harapan usaha memiliki dampak yang menguntungkan, hal tersebut tidak mengubah minat menggunakan secara signifikan saat membayar zakat melalui platform online.

Berdasarkan temuan tersebut, minat Menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online memiliki Pengaruh Positif tetapi Tidak Dipengaruhi Signifikan oleh Kondisi yang Memudahkan.

## **6. Pengaruh social**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara pengaruh sosial terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan yang dirasakan dan niat untuk merekomendasikan atau hipotesis keenam (H6) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 1,817 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,070 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H6 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa meskipun pengaruh sosial memiliki dampak yang menguntungkan, hal tersebut tidak mengubah minat menggunakan secara signifikan saat membayar zakat melalui platform online.

Berdasarkan temuan tersebut, minat Menggunakan untuk membayar zakat melalui platform online memiliki Pengaruh Positif tetapi Tidak Dipengaruhi Signifikan oleh Kondisi yang Memudahkan.

### **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **4.5.1 Pengaruh dorongan motivasi (Hedonic Motivation) mempengaruhi minat membayar zakat dalam minat menggunakan membayar zakat melalui platform online ( Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hubungan antara hedonic motivation terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis pertama (H1) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 8,218 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H1 diterima. Hal ini dengan hasil yang ditemukan oleh Astuti & Prijanto (2021) berpengaruh positif dan signifikan. Mengingat hubungan kedua variabel adalah positif yang, artinya semakin tinggi responden mempersepsikan Minat Menggunakan Platform Zakat Online akan menyebabkan semakin tinggi juga Penggunaan Platform Zakat Online, begitu juga sebaliknya bahwa minat muzaki membayar zakat melalui kitabisa.com dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subyektif, dan persepsi control perilaku. Penelitian ini membuktikan bahwa minat menggunakan aplikasi yang memudahkan bayar zakat berpengaruh signifikan.

#### **4.5.2 Pengaruh kondisi fasilitas (Facilitating Condition) mempengaruhi minat membayar zakat dalam mengadopsi platform online (Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis kedua (H2) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 0,080 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Hal ini dengan hasil yang ditemukan oleh Brilianty & Muhtadi (2022), berpengaruh positif dan signifikan. Mengingat hubungan kedua variabel adalah positif yang, artinya semakin tinggi responden mempersepsikan Minat Menggunakan Platform Zakat Online akan menyebabkan semakin tinggi juga

Penggunaan Platform Zakat Online, begitu juga sebaliknya bahwa pemanfaatan teknologi digital sangat penting untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya zakat, transparansi penyaluran dana dan program-program yang dilaksanakan LAZISMU.

#### **4.5.3 Pengaruh literasi zakat mempengaruhi minat membayar zakat dalam pemahaman platform online (Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara literasi zakat terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis ketiga (H3) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 2,427 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,016 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Hal ini dengan hasil yang ditemukan oleh Anggraini & Rachma Indrarini (2022), bahwa literasi zakat berpengaruh positif dengan keinginan konsumen menggunakan aplikasi zakat online. Efektivitas penyaluran secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat ZIS menggunakan Fintech Crowdfunding.

#### **4.5.4 Pengaruh harapan kinerja mempengaruhi minat membayar zakat dalam minat membayar zakat platform online (Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis keempat (H4) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar ,0435 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,663 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H4 ditolak. Hal ini

dengan hasil yang sesuai ditemukan oleh (Erwanda Nuryahya et al., 2022). Al Arif (2023) yang menyatakan bahwa kesimpulan hasil penelitiannya organisasi pengelola zakat harus meningkatkan fitur pada platform pembayaran digital untuk memudahkan masyarakat membayar zakat

#### **4.5.5 Pengaruh harapan usaha mempengaruhi minat membayar zakat dalam minat membayar zakat platform online (Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harapan usaha terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis kelima (H5) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar ,0378 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,705 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H5 ditolak. Hal ini dengan hasil yang sesuai ditemukan oleh Al Arif (2023) yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya organisasi pengelola zakat harus meningkatkan fitur pada platform pembayaran digital untuk memudahkan masyarakat membayar zakat

#### **4.5.6 Pengaruh pengaruh sosial mempengaruhi minat membayar zakat dalam minat membayar zakat platform online (Intention Use)**

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara pengaruh sosial terhadap minat menggunakan platform online zakat dengan hipotesis keenam (H6) adalah lemah. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai 0,633, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 1,817 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,070 berada di atas threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H6 ditolak. Hal ini dengan hasil yang sesuai ditemukan oleh (Kurniawan, 2022), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan

pengaruh sosial memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi zakat digital melalui media apapun untuk menjangkau calon konsumen. Dalam hal ini penyedia jasa merekomendasikan tentang penggunaan aplikasi zakat memberikan beberapa rekomendasi tentang penggunaan aplikasi zakat online.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berikut ini dapat ditarik kesimpulan dari temuan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Analisis Variabel Penggunaan Layanan Mobile Banking Secara Berkelanjutan di Indonesia:

1. Hasil penelitian ini, Hedonic motivation (HM) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada platform online zakat. Hal ini karena minat menggunakan platform online zakat merupakan faktor penting dalam adopsi atau penggunaan teknologi yang sebenarnya.
2. Penelitian ini menemukan bahwa kondisi fasilitas (KF) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, dikarenakan setiap individu memiliki kepercayaan sendiri dalam menggunakan teknologi.
3. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa literasi zakat (LZ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan, dikarenakan setiap individu memiliki pemahaman sendiri terhadap menggunakan suatu teknologi.
4. Berdasarkan temuan penelitian ini, harapan kinerja (HK) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan memiliki pengaruh yang kecil terhadap minat menggunakan platform online. Ini karena keterbatasan layanan.
5. Penelitian ini menemukan bahwa harapan usaha (HU) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform online. Hal ini dikarenakan Tidak butuh waktu lama bagi rata-rata pengguna untuk mencapai kriteria kinerja yang dirasakan karena mereka masih relatif muda dan berstatus

pelajar dan mayoritas penggunanya berada pada rentang usia produktif yaitu antara usia 17 hingga 25 tahun, dimana mereka memiliki kemampuan pemahaman yang tinggi dan mudah dipelajari sehingga lebih mudah untuk digunakan.

6. Ditemukan dalam penelitian ini pengaruh sosial (PS) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform online. Hal ini dikarenakan tidak efektif karena secara keinginan untuk membayar zakat melalui platform online merupakan cerminan dari individu dan tidak dapat digeneralisasikan.

## 5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka berikut merupakan beberapa kebijakan atau saran dari penulis yang dapat dilakukan dan dipertimbangkan oleh penggunaan zakat melalui platform online :

### 1. Eduksi

pendidikan mengenai zakat online harus disosialisasikan agar masyarakat mudah memahami manfaat, risiko, dan tata cara penggunaannya dengan benar.

#### 1. kemudahan akses

Pastikan platform zakat online memiliki antarmuka yang mudah digunakan, baik oleh pengguna berpengalaman maupun yang kurang paham teknologi.

#### 2. Transparansi penggunaan dana:

Platform sebaiknya menyediakan informasi yang jelas dan terperinci tentang bagaimana dana zakat akan digunakan, termasuk program-program yang didukung



## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arabiyyah, M. al-L. (2004). *al-Mu'jam al-Wasit*. Maktabah asy-Syurūq ad-Dauliyyah,
- Al-Qardawi, Y. (2013). *Fiqhu al-Zakāt*. Maktabah Wahbah.
- 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>
- 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>
- Arif, A., Nofrianto, M. N. R., & Fasa, M. I. (2023). The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, 7(1), 1–16.
- 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'Ab*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Az-Zubaili, Wabbab. 2011. Fi.* (2011).
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). *Rencana Strategis Zakat Nasional*. Baznas.
- BAZNAS. (2019). Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020. *Laporan*, 53(9), 1689–1699.
- Brilianty, V. M., & Muhtadi, M. (2022). Literasi Zakat Untuk Pemberdayaan Muzzaki Melalui Platform Digital (Studi Kasus Di Lazismu Menteng, Jakarta Pusat). *Islamic Management and ...*, 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), 1–16.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Choudhury, M. A., & Bhatti, I. (2016). *Heterodox Islamic Economics: The emergence of an ethico-economic theory*. Routledge.
- Choudhury, M. A., & Malik, U. A. (1992). ‘Zakat’, the Wealth Tax in Islam. *The Foundations of Islamic Political Economy*, 63–102. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5_3)
- Farabi, N. A. (2016). Analisis Penerapan Sistem informasi ZISW Dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 1(2), 71–79.
- Farhatunnada, I., & Ghafur Wibowo, M. (2022). Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(2), 182–207.  
<https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no2.123>
- Ghafililiy, A. M. Al. (2008). *Nawāzilū aḥ-Zakāh Dirāsah Fiqhiyyah Ta’sbihiyyah li Mustajaddāt aḥ-Zakāt*. Darul Maiman-Bank Bilad.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. BP Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Gubernur Bank Indonesia. (2021). *BI terus dorong transformasi ekonomi dan keuangan syariah*.
- Gubernur Bank Indonesia. (2022). *Ekonomi Digital 2022 Berkembang Pesat, Ditopang Belanja Online hingga Digital Banking*.
- Hudaefi, F. A., Beik, I. S., Zaenal, M. H., Choirin, M., Farchatunnisa, H., & Junari, U. L. (2020). How Does Zakat Institution Respond To Fintech ? Evidence From Baznas, Indonesia. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 2(1), 32–40.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan

Zakat.

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Peraturan Bank Indonesia 1 (2017).
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, (2018).
- Indriantoro, S. . (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis. In Yogyakarta.*
- Jayani, D. H. (2021). *Lebih dari Setengah Penduduk Indonesia Tinggal di Jawa.*
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021a). 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>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021b). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Khechine, H., Lakhel, S., & Ndjambou, P. (2016). A meta-analysis of the UTAUT model : Eleven years later. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 33(2), 138–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/CJAS.1381>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2021). *Adopsi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Realisasi Pengumpulan ZIS Nasional.*
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2022). *Upaya Penguatan Digitalisasi Pelaporan Zakat Nasional.*
- Kurniawan, I. A. (2022). *The Effect Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence.*
- Li, Y., He, T., Song, Y., Yang, Z., & Zhou, R. (2017). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China : a UTAUT-based model. *Information, Communication & Society*, 21(3), 404–415. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>

- Mahri, A. J. W., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *International Conference of Zakat*, 203–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176>
- Muhammad, S. A., & Saad, R. A.-J. (2016). Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 520–527. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.029>
- Muneeza, A., & Nadwi, S. (2019). The Potential of Application of Technology Based Innovations for Zakat Administration in India. *International Conference Of Zakat 2019 Proceedings*.
- Murniati, R., & Beik, I. S. (2012). Pengaruh Zakat Terhadap Indeks Pembangunan Manusia dan Tingkat Kemiskinan Mustahik : Studi Kasus Pendayagunaan BAZNAS Kota Bogor Influence of Zakat on Human Development Index and Poverty Level of Mustahik: Case Study of BAZNAS Utilization in Bogor. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 2(2), 135–149.
- Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- Muthi'ah, S., Syauqi Beik, I., & Endri, D. (2021). Analisis Faktor Penentu Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat (Studi pada BAZNAS DKI Jakarta). *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 5(1), 48–62.
- 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. In *al-Uqud : Journal of Islamic Economics* (Vol. 6, Nomor 1, hal. 142–159). <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informas, (2016).

- Prodi, J., Syari, E., Zakat, P., & Kontemporer, E. (2019). Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah 61 Pengelolaan Zakat yang Efektif di Era Kontemporer. *Dinar*, 2(1), 61–85.
- Putri, D. A., & Ernawati, S. (2019). Pengembangan subsistem aplikasi zakat online berbasis web pada baznas kota bogor menggunakan model waterfall. *Jurnal Informatika dan Komputer (JIKO)*, 4(2), 63–70.
- Qardhawi, D. Y. (1999). *Fiqh Al Zakah: A Comparative Study Of Zakah, Regulations And Philosophy In The Light Of Qur'an And Sunnah*. Scientific Publishing Centre.
- Ramadhan, F. H., & Triono, F. R. (2022). Pengaruh Online Payment terhadap Minat untuk Berzakat Online. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 139. <https://doi.org/10.29300/aij.v8i2.7751>
- Salleh, S. M., Ismail, N. S., Hamazah, M. F. S., Zahari, M. S. A., Mohammed, H. N., & Abdullah, N. (2017). Knowledge Sharing and Organizational Commitment in Organization. *Journal of Applied Environmental Bio-Sciences*, 7(58), 37–40.
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021a). 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.
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021b). 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.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Azzagrafika.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta.
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020a). Analysing the Behavioral Intention Factors

- in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020b). Analyzing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>
- Sutrisno, H. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA In Yogyakarta*.
- Syahputra, A., & Mukhtasar, M. (2021). Digitizing Zakat Collection through the E-payment System. *Al-Awwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 14. <https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.7962>
- Syarifah, L., Bushtomi, A. O., & Faozi, M. M. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN DIGITAL LITERACY TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI FINTECH *Lailatis*. 1, 1–12.
- Tlemsani, I., & Matthews, R. (2020). Zakat and social capital : thoughts on modernism , postmodernism , and faith. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 1–14.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1841673>
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Services*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Varma, A. (2018). Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 8(14), 2921–2937.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.4236/tel.2018.814183>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal. *Management Science*, 46(2), 186–204.

<https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.119>

26

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Salemba Infotek.
- Yuniar, A. M., Natasya, A., Kasri, R., & Siswantoro, D. (2021). Zakat and Digitalization: A Systematic Literature Review. *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 523–534.
- Zaenal, M. Ha., Choirin, M., Anggraini, D., Farchatunnisa, H., Arbi, D. S., Tsabita, K., Burhanudin, S. M., Mufida, R., & Hartono, N. (2022). *Laporan Zakat dan Pengentasan Kemiskinan 2022*.
- Al-Arabiyyah, M. al-L. (2004). *al-Mu'jam al-Wasit*. Maktabah asy-Syurūq ad-Dauliyyah,
- Al-Qardawi, Y. (2013). *Fiqhu al-Zakāt*. Maktabah Wahbah.
- 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>
- 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>
- Arif, A., Nofrianto, M. N. R., & Fasa, M. I. (2023). The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, 7(1), 1–16.

- 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>
- Az-Zubaili, Wabbab. 2011. Fi. (2011).*
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). *Rencana Strategis Zakat Nasional*. Baznas.
- BAZNAS. (2019). Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020. *Laporan*, 53(9), 1689–1699.
- Brilianty, V. M., & Muhtadi, M. (2022). Literasi Zakat Untuk Pemberdayaan Muzzaki Melalui Platform Digital (Studi Kasus Di Lazismu Menteng, Jakarta Pusat). *Islamic Management and ...*, 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), 1–16.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Choudhury, M. A., & Bhatti, I. (2016). *Heterodox Islamic Economics: The emergence of an ethico-economic theory*. Routledge.
- Choudhury, M. A., & Malik, U. A. (1992). ‘Zakat’, the Wealth Tax in Islam. *The Foundations of Islamic Political Economy*, 63–102. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5_3)
- Farabi, N. A. (2016). Analisis Penerapan Sistem informasi ZISW Dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 1(2), 71–79.
- Farhatunnada, I., & Ghafur Wibowo, M. (2022). Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(2), 182–207.  
<https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no2.123>



- Ghafilliy, A. M. Al. (2008). *Nawāzilu az-Zakāh Dirāsāh Fiqhiyyah Ta'shiliyyah li Mustajaddāt az-Zakāt*. Darul Maiman-Bank Bilad.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. BP Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Gubernur Bank Indonesia. (2021). *BI terus dorong transformasi ekonomi dan keuangan syariah*.
- Gubernur Bank Indonesia. (2022). *Ekonomi Digital 2022 Berkembang Pesat, Ditopang Belanja Online hingga Digital Banking*.
- Hudaefi, F. A., Beik, I. S., Zaenal, M. H., Choirin, M., Farchatunnisa, H., & Junari, U. L. (2020). How Does Zakat Institution Respond To Fintech ? Evidence From Baznas, Indonesia. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 2(1), 32–40.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Peraturan Bank Indonesia 1 (2017).
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, (2018).
- Indriantoro, S. . (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis. In Yogyakarta*.
- Jayani, D. H. (2021). *Lebih dari Setengah Penduduk Indonesia Tinggal di Jawa*.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021a). 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>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021b). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08->

2020-0258

- Khechine, H., Lakhali, S., & Ndjambou, P. (2016). A meta-analysis of the UTAUT model : Eleven years later. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 33(2), 138–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/CJAS.1381>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2021). *Adopsi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Realisasi Pengumpulan ZIS Nasional*.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2022). *Upaya Penguatan Digitalisasi Pelaporan Zakat Nasional*.
- Kurniawan, I. A. (2022). *The Effect Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence*.
- Li, Y., He, T., Song, Y., Yang, Z., & Zhou, R. (2017). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China : a UTAUT-based model. *Information, Communication & Society*, 21(3), 404–415. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>
- Mahri, A. J. W., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *International Conference of Zakat*, 203–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176>
- Muhammad, S. A., & Saad, R. A.-J. (2016). Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 520–527. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.029>
- Muneeza, A., & Nadwi, S. (2019). The Potential of Application of Technology Based Innovations for Zakat Administration in India. *International Conference Of Zakat 2019 Proceedings*.
- Murniati, R., & Beik, I. S. (2012). Pengaruh Zakat Terhadap Indeks Pembangunan Manusia dan Tingkat Kemiskinan Mustahik : Studi Kasus Pendayagunaan BAZNAS Kota Bogor Influence of Zakat on Human Development Index and Poverty Level of Mustahik: Case Study of BAZNAS Utilization in Bogor. *Jurnal*

- Al-Muzara'ah*, 2(2), 135–149.
- Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- Muthi'ah, S., Syauqi Beik, I., & Endri, D. (2021). Analisis Faktor Penentu Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat (Studi pada BAZNAS DKI Jakarta). *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 5(1), 48–62.
- 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. In *al-Uqud: Journal of Islamic Economics* (Vol. 6, Nomor 1, hal. 142–159). <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informas, (2016).
- Prodi, J., Syari, E., Zakat, P., & Kontemporer, E. (2019). Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah 61 Pengelolaan Zakat yang Efektif di Era Kontemporer. *Dinar*, 2(1), 61–85.
- Putri, D. A., & Ernawati, S. (2019). Pengembangan subsistem aplikasi zakat online berbasis web pada baznas kota bogor menggunakan model waterfall. *Jurnal Informatika dan Komputer (JIKO)*, 4(2), 63–70.
- Qardhawi, D. Y. (1999). *Fiqh Al Zakah: A Comparative Study Of Zakah, Regulations And Philosophy In The Light Of Qur'an And Sunnah*. Scientific Publishing Centre.
- Ramadhan, F. H., & Triono, F. R. (2022). Pengaruh Online Payment terhadap Minat untuk Berzakat Online. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 139. <https://doi.org/10.29300/aij.v8i2.7751>
- Salleh, S. M., Ismail, N. S., Hamazah, M. F. S., Zahari, M. S. A., Mohammed, H. N., & Abdullah, N. (2017). Knowledge Sharing and Organizational Commitment in Organization. *Journal of Applied Environmental Bio-Sciences*, 7(58), 37–40.

- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021a). 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.
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021b). 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.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Azzagrafika.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta.
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020a). Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020b). Analyzing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>
- Sutrisno, H. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA In Yogyakarta*.
- Syahputra, A., & Mukhtasar, M. (2021). Digitizing Zakat Collection through the E-payment System. *Al-Ammal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 14.  
<https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.7962>
- Syarifah, L., Bushtomi, A. O., & Faozi, M. M. (2022). *PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN DIGITAL LITERACY TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI*

*FINTECH Lailatis*. 1, 1–12.

- Tlemsani, I., & Matthews, R. (2020). Zakat and social capital : thoughts on modernism , postmodernism , and faith. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 1–14.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1841673>
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Services*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Varma, A. (2018). Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 8(14), 2921–2937.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.4236/tel.2018.814183>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal. *Management Science*, 46(2), 186–204.  
<https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Salemba Infotek.
- Yuniar, A. M., Natasya, A., Kasri, R., & Siswanto, D. (2021). Zakat and Digitalization: A Systematic Literature Review. *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 523–534.
- Zaenal, M. Ha., Choirin, M., Anggraini, D., Farchatunnisa, H., Arbi, D. S., Tsabita, K., Burhanudin, S. M., Mufida, R., & Hartono, N. (2022). *Laporan Zakat dan Pengentasan Kemiskinan 2022*.

- Al-Arabiyyah, M. al-L. (2004). *al-Mu'jam al-Wasit*. Maktabah asy-Syurūq ad-Dauliyyah, Dauliyyah,.
- Al-Qardawi, Y. (2013). *Fiqhu al-Zakāt*. Maktabah Wahbah.
- 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>
- 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>
- Arif, A., Nofrianto, M. N. R., & Fasa, M. I. (2023). The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, 7(1), 1–16.
- 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>
- Az-Zubaili, Wabbah. 2011. Fi.* (2011).
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). *Rencana Strategis Zakat Nasional*. Baznas.
- BAZNAS. (2019). Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020. *Laporan*, 53(9), 1689–1699.
- Brilianty, V. M., & Muhtadi, M. (2022). Literasi Zakat Untuk Pemberdayaan Muzzaki Melalui Platform Digital (Studi Kasus Di Lazismu Menteng, Jakarta Pusat).

- Islamic Management and ...*, 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), 1–16.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Choudhury, M. A., & Bhatti, I. (2016). *Heterodox Islamic Economics: The emergence of an ethico-economic theory*. Routledge.
- Choudhury, M. A., & Malik, U. A. (1992). ‘Zakat’, the Wealth Tax in Islam. *The Foundations of Islamic Political Economy*, 63–102. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-349-21973-5_3)
- Farabi, N. A. (2016). Analisis Penerapan Sistem informasi ZISW Dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 1(2), 71–79.
- Farhatunnada, I., & Ghafur Wibowo, M. (2022). Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(2), 182–207.  
<https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no2.123>
- Ghafilliy, A. M. Al. (2008). *Nawāzilū aṣ-Zakāb Dirāsah Fiqhiyyah Ta’sbiyyah li Mustajaddāt aṣ-Zakāt*. Darul Maiman-Bank Bilad.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. BP Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Gubernur Bank Indonesia. (2021). *BI terus dorong transformasi ekonomi dan keuangan*

*syariah.*

Gubernur Bank Indonesia. (2022). *Ekonomi Digital 2022 Berkembang Pesat, Ditopang Belanja Online hingga Digital Banking.*

Hudaefi, F. A., Beik, I. S., Zaenal, M. H., Choirin, M., Farchatunnisa, H., & Junari, U. L. (2020). How Does Zakat Institution Respond To Fintech ? Evidence From Baznas, Indonesia. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 2(1), 32–40.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Peraturan Bank Indonesia 1 (2017).

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, (2018).

Indriantoro, S. . (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis. In Yogyakarta.*

Jayani, D. H. (2021). *Lebih dari Setengah Penduduk Indonesia Tinggal di Jawa.*

Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021a). 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>

Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021b). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>

Khechine, H., Lakhali, S., & Ndjambou, P. (2016). A meta-analysis of the UTAUT



model : Eleven years later. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 33(2), 138–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/CJAS.1381>

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2021). *Adopsi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Realisasi Pengumpulan ZIS Nasional*.

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2022). *Upaya Penguatan Digitalisasi Pelaporan Zakat Nasional*.

Kurniawan, I. A. (2022). *The Effect Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence*.

Li, Y., He, T., Song, Y., Yang, Z., & Zhou, R. (2017). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China : a UTAUT-based model. *Information, Communication & Society*, 21(3), 404–415. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>

Mahri, A. J. W., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *International Conference of Zakat*, 203–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176>

Muhammad, S. A., & Saad, R. A.-J. (2016). Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 520–527. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.029>

Muneeza, A., & Nadwi, S. (2019). The Potential of Application of Technology Based Innovations for Zakat Administration in India. *International Conference Of Zakat 2019 Proceedings*.

Murniati, R., & Beik, I. S. (2012). Pengaruh Zakat Terhadap Indeks Pembangunan Manusia dan Tingkat Kemiskinan Mustahik : Studi Kasus Pendayagunaan BAZNAS Kota Bogor Influence of Zakat on Human Development Index and

- Poverty Level of Mustahik: Case Study of BAZNAS Utilization in Bogor. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 2(2), 135–149.
- Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- Muthi'ah, S., Syauqi Beik, I., & Endri, D. (2021). Analisis Faktor Penentu Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat (Studi pada BAZNAS DKI Jakarta). *Iltizam Journal of Shari'ah Economics Research*, 5(1), 48–62.
- 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. In *al-Uqud: Journal of Islamic Economics* (Vol. 6, Nomor 1, hal. 142–159). <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informas, (2016).
- Prodi, J., Syari, E., Zakat, P., & Kontemporer, E. (2019). Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah 61 Pengelolaan Zakat yang Efektif di Era Kontemporer. *Dinar*, 2(1), 61–85.
- Putri, D. A., & Ernawati, S. (2019). Pengembangan subsistem aplikasi zakat online berbasis web pada baznas kota bogor menggunakan model waterfall. *Jurnal Informatika dan Komputer (JIKO)*, 4(2), 63–70.
- Qardhawi, D. Y. (1999). *Fiqh Al Zakah: A Comparative Study Of Zakah, Regulations And Philosophy In The Light Of Qur'an And Sunnah*. Scientific Publishing Centre.
- Ramadhan, F. H., & Triono, F. R. (2022). Pengaruh Online Payment terhadap Minat untuk Berzakat Online. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 139.

<https://doi.org/10.29300/ajj.v8i2.7751>

Salleh, S. M., Ismail, N. S., Hamazah, M. F. S., Zahari, M. S. A., Mohammed, H. N., & Abdullah, N. (2017). Knowledge Sharing and Organizational Commitment in Organization. *Journal of Applied Environmental Bio-Sciences*, 7(58), 37–40.

Soemitra, A., & Nasution, J. (2021a). 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.

Soemitra, A., & Nasution, J. (2021b). 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.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Azzagrafika.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta.

Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020a). Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19.

<https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>

Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020b). Analyzing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>

- Sutrisno, H. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA In Yogyakarta.*
- Syahputra, A., & Mukhtasar, M. (2021). Digitizing Zakat Collection through the E-payment System. *Al-Awwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 14. <https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.7962>
- Syarifah, L., Bushtomi, A. O., & Faozi, M. M. (2022). *PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN DIGITAL LITERACY TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI FINTECH Lailatis. 1*, 1–12.
- Tlemsani, I., & Matthews, R. (2020). Zakat and social capital : thoughts on modernism , postmodernism , and faith. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1841673>
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Services*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Varma, A. (2018). Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 8(14), 2921–2937. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/tel.2018.814183>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.119>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance

Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.

Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Salemba Infotek.

Yuniar, A. M., Natasya, A., Kasri, R., & Siswantoro, D. (2021). Zakat and Digitalization: A Systematic Literature Review. *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 523–534.

Zaenal, M. Ha., Choirin, M., Anggraini, D., Farchatunnisa, H., Arbi, D. S., Tsabita, K., Burhanudin, S. M., Mufida, R., & Hartono, N. (2022). *Laporan Zakat dan Pengentasan Kemiskinan 2022*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

Bapak, ibu, Saudara/i yang terhormat,

بَرَكَاتِهِ وَرَحْمَةِ وَعَلَيْكُمْ السَّلَام

Perkenalkan, Saya Aziz Muhammad Labib. Mahasiswa Aktif Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini kami sedang melakukan penelitian dengan topik :

"Analisis Minat Umat Islam Membayar Zakat Melalui Platform Online"

Platform online adalah sebuah media yang menjadi lokasi suatu acara atau transaksi secara online. Platform online memungkinkan pembayaran zakat dilakukan melalui media digital atau e commerce, seperti Gopay, Shopee, OVO, LinkAja, Dana, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya .

Kami mohon kesediaan Bapak, Ibu, saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar lima menit untuk mengisi kuesioner penelitian. Penelitian ini ditujukan kepada responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Pernah membayar zakat melalui online

Jika memenuhi kriteria tersebut, kami mohon kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/I untuk mengisi kuesioner.

Kami mohon ketersediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 5-8 menit untuk mengisi kuesioner penelitian. Semua data dan informasi yang Bapak,

Ibu, Saudara/i isi bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Segala bentuk pertanyaan, kritik, dan saran terhadap penelitian ini dapat disampaikan melalui email 19313014@students.uii.ac.id.

Kami ucapkan terima kasih atas perhatian dan kesediaan Bapak. Ibu, Saudara/i dalam berpartisipasi pada penelitian ini.

وَبَرَكَاتُهُ اللَّهُ وَرَحْمَةُ عَلَيْهِمْ هُوَ السَّلَامُ

Hormat Saya

Aziz Muhammad Labib

### **Karakteristik Responden**

- 1. Nama:**
- 2. Jenis Kelamin**
  - a) Laki-Laki
  - b) Perempuan
- 3. Status**
  - a) Menikah
  - b) Belum Menikah
- 4. Umur**
  - a) Dibawah 25 Tahun
  - b) 26-30 Tahun

- c) 31-35 Tahun
- d) 36-40 Tahun
- e) 41-45 Tahun
- f) 46-50 Tahun
- g) Diatas 50 Tahun

**5. Pendidikan**

- a) Lulusan SMA sederajat
- b) Lulusan Sarjana (S1)
- c) Lulusan Master (S2)
- d) Lulusan Doktor (S3)

**6. Pekerjaan**

- a) Pelajar/Mahasiswa
- b) Pegawai Negeri
- c) Pegawai Swasta
- d) Pengusaha/wirausaha
- e) Ibu Rumah Tangga

**7. Pengeluaran perbulan**

- a) Kurang dari Rp 2.500.000
- b) Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
- c) Rp 5.000.000 – Rp7.500.000
- d) Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000
- e) Rp 10.000.000 – RP 12.500.00
- f) RP 12.500.000 – RP 15.000.000
- g) Rp 15.000.000 – 17.500.000
- h) Rp 17.500.000 – 20.000.000
- i) Lebih dari Rp 20.000.000



**8. Lama Menggunakan Platform Online untuk membayar zakat**

- a) Kurang dari 1 Tahun
- b) 1- 2 Tahun
- c) 2- 3 Tahun
- d) 3-4 tahun
- e) Lebih dari 4 Tahun

9. Platform online yang pernah digunakan

- a) Mobile banking
- b) Dana
- c) LinkAja
- d) Tokopedia
- e) BukaLapak
- f) Shopee
- g) Gojek
- h) Blibli
- i) OVO
- j) DOKU

9. Berapa rata-rata zakat dalam 1 tahun

- a) Kurang dari Rp 1.000.000
- b) Rp 1.010.000 - Rp 2.500.000
- c) Rp 2.510.000 - Rp 5.000.000
- d) Rp Rp 5.010.000 - Rp 7.500.000
- e) Rp Rp 7.510.000 - Rp 10.000.000
- f) Rp 10.010.000 - Rp 12.500.000
- g) Rp 12.510.000 - Rp 15.000.000

- h) Rp 15.010.000 - Rp 17.500.000
- i) Rp 17.510.000 - Rp 20.000.000
- j) Lebih dari Rp 20.010.000

**E. Asal daerah**

- a) Nanggore Aceh Darussalam
- b) Sumatera Utara
- c) Sumatera Selatan
- d) Sumatera Barat
- e) Bengkulu: Bengkulu Riau
- f) Kepulauan Riau
- g) Jambi
- h) Lampung
- i) Bangka Belitung
- j) Kalimantan Barat
- k) Kalimantan Timur
- l) Kalimantan Selatan
- m) Kalimantan Tengah
- n) Kalimantan Utara
- o) Banteng
- p) DKI Jakarta
- q) Jawa Barat
- r) Jawa Tengah
- s) DI Yogyakarta
- t) Jawa Timur
- u) Bali
- v) Nusa Tenggara Timur
- w) Nusa Tenggara Barat

- x) Gorontalo
- y) Sulawesi Barat
- z) Sulawesi Tengah

**Intruksi Penelitian :**

Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi yang Anda alami saat ini. Dengan ketentuan :

- a. Pilihlah pada salah satu kolom jawaban yang tersedia mulai dari angka 1 s/d 5 untuk setiap item pertanyaan yang disediakan sesuai dengan pendapat Anda.
- b. Apabila Anda setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi disebelah kanan. Semakin mendekati angka 5 maka Anda semakin setuju atau semakin mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.
- c. Apabila Anda tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah disebelah kiri. Semakin mendekati angka 1 maka Anda semakintidak setuju atau semakin tidak mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.

**Item Pertanyaan Kuesioner:**

**A. Harapan Kinerja (*Performance expectancy*)**

Harapan Kinerja adalah tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan atau kinerja lebih optimal dalam pekerjaan.

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
-----	------------	---	---	---	---	---

1	Saya merasa membayar zakat menggunakan platform online berguna dalam proses pembayaran zakat					
2	Menggunakan platform online memungkinkan saya untuk menyelesaikan pembayaran lebih cepat					
3	Membayar zakat menggunakan platform online memungkinkan saya melakukan pembayaran zakat dari mana saja					
4	Membayar zakat menggunakan platform online akan meningkatkan efektivitas dalam membayar zakat					

**B. Harapan Usaha (*Effort expectancy*)**

Harapan Usaha adalah tingkat kemudahan penggunaan online sistem zakat yang menunjukkan bahwa online sistem zakat dapat dengan mudah dipelajari atau digunakan

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Interaksi saya terhadap platform fintech dalam pembayaran zakat jelas dan mudah dipahami					
2	Mudah bagi saya ketika belajar membayar zakat menggunakan platform fintech ini					
3	Saya akui membayar zakat melalui platform fintech mudah dilakukan					

4	Mudah bagi saya menguasai penggunaan platform fintech dalam membayar zakat					
---	--	--	--	--	--	--

**C. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh Sosial adalah tentang strategi seseorang membujuk orang lain dalam mempengaruhi keputusan untuk berperilaku. Hal ini didukung oleh orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, dan lingkungan pekerjaan.

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Orang-orang di sekitar saya menyarankan saya menggunakan platform online dalam pembayaran zakat					
2	Teman dan keluarga saya mengarahkan saya menggunakan platform online untuk membayar zakat					
3	Penggunaan platform online sebagai pembayaran zakat oleh orang-orang disekitar saya, mempengaruhi saya untuk membayar zakat menggunakan platform online					
4	Secara umum, organisasi pengelola zakat mendukung metode pembayaran melalui platform online					

**D. Kondisi Fasilitas (*Facilitating Condition*)**

Kondisi Fasilitas adalah variabel yang menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya memiliki sarana dan prasarana yang saya perlukan untuk membayar zakat menggunakan platform online					
2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk membayar zakat menggunakan platform online					
3	Saya memilih untuk membayar zakat di lembaga zakat yang memiliki fasilitas platform online					
4	Saya menerima instruksi yang jelas mengenai pembayaran zakat melalui platform online					

#### E. Literasi Zakat (*Zakat Literacy*)

Literasi Zakat adalah tingkat pemahaman masyarakat tentang pengertian zakat

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya mengetahui bahwa membayar zakat merupakan kewajiban seorang muslim					
2	Saya mengetahui bahwa pendapatan/gaji yang saya terima wajib dikeluarkan zakatnya					
3	Saya mengetahui tentang perhitungan zakat atas harta yang saya miliki					

4	Saya mengetahui jika pendapatan saya di atas nisab maka saya harus membayar zakat. *Nishab : Jumlah minimal pendapatan yang telah mencapai batas untuk berzakat					
5	Saya mengetahui 8 kelompok (asnaf), seperti fakir, miskin, dsb yang diberikan zakat					
6	Saya mengetahui lembaga yang mengelola zakat, seperti Badan Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ)					

#### F. Minat Menggunakan (*Intention of use*)

Minat menggunakan merupakan sebagai suatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan.

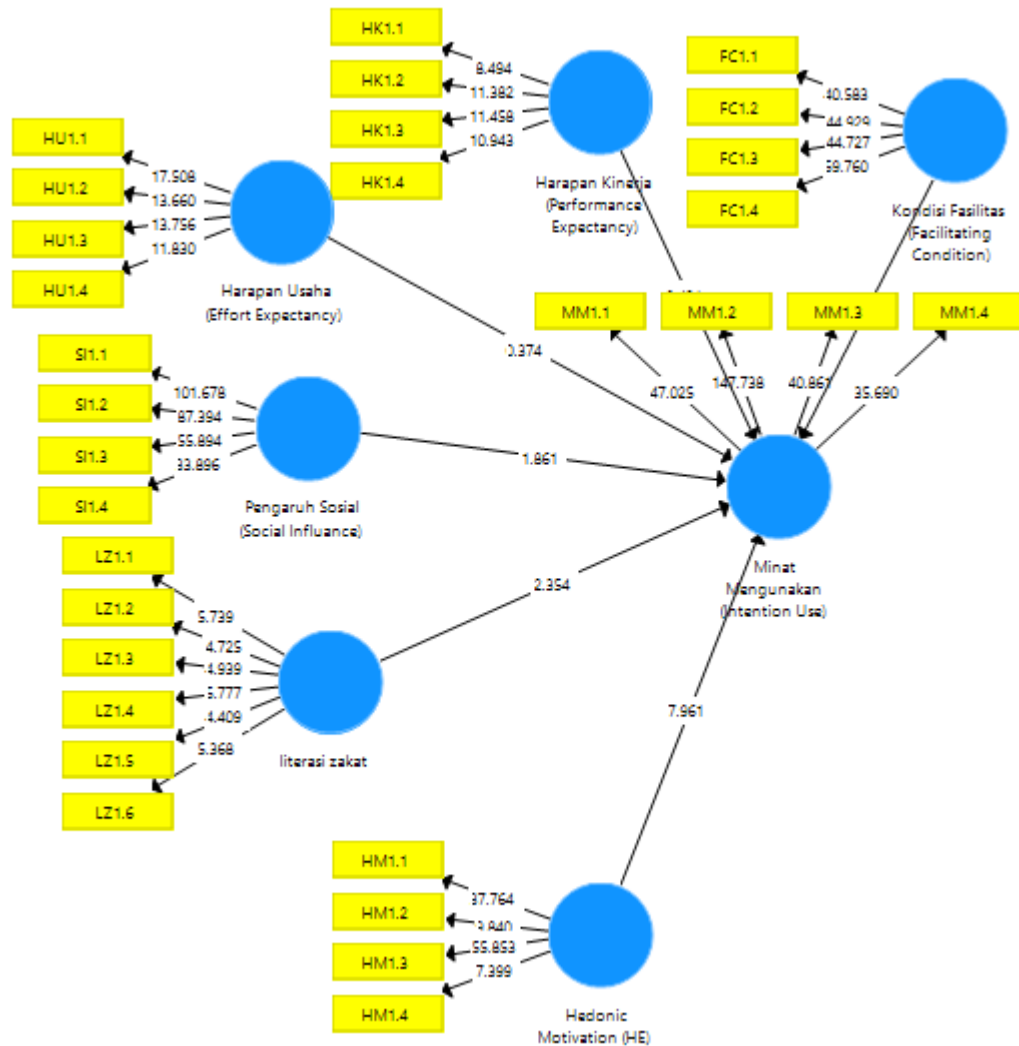
No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya berniat menggunakan system pembayaran zakat melalui online di masa depan					
2	Saya akan terus menggunakan platform online untuk membayar zakat					
3	Saya akan selalu memilih untuk membayar zakat melalui platform online					
4	Saya pikir akan sangat berharga bagi saya untuk mengadopsi platform online ketika tersedia layanan zakat secara online					

#### G. Hedonic Motivation

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menggunakan platform online itu menyenangkan					
2	Menggunakan platform online itu sangat menghibur					
3	Menggunakan platform online itu membuat saya merasa berharga					
4	Menggunakan platform online itu membuat saya merasa modern					



## Lampiran 2 Hasil Analisis PLS



## Deskriptif Statistik

	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness

HK1.1	0.000	4.311	5.000	1.000	5.000	0.898	3.076	-1.651
HK1.2	0.000	4.363	5.000	1.000	5.000	0.813	4.149	-1.765
HK1.3	0.000	4.430	5.000	1.000	5.000	0.756	5.720	-1.946
HK1.4	0.000	4.430	4.000	1.000	5.000	0.809	3.726	-1.637
FC1.1	0.000	3.667	4.000	1.000	5.000	1.082	-0.131	-0.686
FC1.2	0.000	3.711	4.000	1.000	5.000	0.980	0.517	-0.774
FC1.3	0.000	3.696	4.000	1.000	5.000	1.006	-0.267	-0.507
FC1.4	0.000	3.674	4.000	1.000	5.000	0.972	-0.048	-0.574
HM1.1	0.000	3.881	4.000	1.000	5.000	0.870	1.082	-0.928
HM1.2	0.000	2.844	3.000	1.000	5.000	1.046	-0.417	0.710
HM1.3	0.000	3.593	4.000	1.000	5.000	0.968	-0.634	-0.389
HM1.4	0.000	4.385	5.000	1.000	5.000	0.807	2.528	-1.501
LZ1.1	0.000	4.637	5.000	1.000	5.000	0.579	10.011	-2.292
LZ1.2	0.000	4.593	5.000	1.000	5.000	0.600	8.065	-2.029
LZ1.3	0.000	4.533	5.000	1.000	5.000	0.606	6.901	-1.744
LZ1.4	0.000	4.607	5.000	1.000	5.000	0.597	8.450	-2.110
LZ1.5	0.000	4.526	5.000	1.000	5.000	0.665	5.780	-1.855
LZ1.6	0.000	4.526	5.000	1.000	5.000	0.607	6.792	-1.712
MM1.1	0.000	3.830	4.000	1.000	5.000	0.923	0.255	-0.681

MM1.2	0.000	3.667	4.000	1.000	5.000	0.974	-0.046	-0.600
MM1.3	0.000	3.615	4.000	1.000	5.000	1.025	-0.239	-0.585
MM1.4	0.000	3.704	4.000	1.000	5.000	0.974	0.065	-0.685
HU1.1	0.000	4.430	5.000	1.000	5.000	0.756	5.720	-1.946
HU1.2	0.000	4.274	4.000	1.000	5.000	0.774	3.853	-1.491
HU1.3	0.000	4.267	4.000	1.000	5.000	0.781	4.354	-1.641
HU1.4	0.000	4.348	4.000	1.000	5.000	0.713	4.127	-1.496
SI1.1	0.000	3.259	4.000	1.000	5.000	1.129	-0.625	-0.464
SI1.2	0.000	3.326	4.000	1.000	5.000	1.121	-0.592	-0.450
SI1.3	0.000	3.244	3.000	1.000	5.000	1.092	-0.574	-0.224
SI1.4	0.000	3.348	3.000	1.000	5.000	1.042	-0.390	-0.383

### Outer Loadings

	Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	Harapan Usaha (Effort Expectancy)	Hedonic Motivation (HE)	Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	Minat Menggunakan (Intention Use)	Pengaruh Sosial (Social Influence)	literasi zakat _
<b>E</b>	<b>0,900</b>						
<b>E</b>							

1.							
1							
E	0,962						
E							
1.							
2							
E	0,905						
E							
1.							
3							
E	0,955						
E							
1.							
4							
F				0,914			
C							
1.							
1							
F				0,930			
C							
1.							
2							
F				0,943			
C							
1.							
3							

F C 1. 4				0,935			
H T D 1. 1			0,873				
H T D 1. 2			0,638				
H T D 1. 3			0,888				
H T D 1. 4			0,668				
L Z							0,9 17

1. 1							
L Z 1. 2							0,9 46
L Z 1. 3							0,8 45
L Z 1. 4							0,9 11
L Z 1. 5							0,8 06
L Z 1. 6							0,9 20
M I1 .1					0,922		

M I1 .2					0,972		
M I1 .3					0,926		
M I1 .4					0,929		
P E 1. 1		0,910					
P E 1. 2		0,952					
P E 1. 3		0,944					
P E 1. 4		0,930					

S I1 .1						0,959	
S I1 .2						0,957	
S I1 .3						0,949	
S I1 .4						0,906	

### Cross Loadings

	Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	Harapan Usaha (Effort Expectancy)	Hedonic Motivation (HE)	Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	Minat Menggunakan (Intention Use)	Pengaruh Sosial (Social Influence)	literasi zakat _
E E 1. 1	0,210						
E E	0,316						



1.							
2							
E							
E	0,260						
1.							
3							
E							
E	0,285						
1.							
4							
F							
C							
1.				0,269			
1							
F							
C							
1.				0,246			
2							
F							
C							
1.				0,279			
3							
F							
C							
1.				0,281			
4							

H T D 1. 1			0,391				
H T D 1. 2			0,262				
H T D 1. 3			0,356				
H T D 1. 4			0,262				
L Z 1. 1							0,1 40
L Z							0,3 74

1.							
2							
L							
Z							0,0
1.							17
3							
L							
Z							0,1
1.							95
4							
L							
Z							0,1
1.							45
5							
L							
Z							0,2
1.							27
6							
M							
I1						0,271	
.1							
M							
I1						0,268	
.2							
M							
I1						0,259	
.3							

M I1 .4					0,269		
P E 1. 1		0,305					
P E 1. 2		0,265					
P E 1. 3		0,285					
P E 1. 4		0,216					
S I1 .1						0,294	
S I1 .2						0,297	

S I1 .3						0,233	
S I1 .4						0,235	

### R Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Menggunakan (Intention Use)	0,633	0,616

### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho <sub>A</sub>	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	0,949	0,968	0,963	0,866
Harapan Usaha (Effort Expectancy)	0,952	0,963	0,965	0,873
Hedonic Motivation (HE)	0,769	0,811	0,855	0,601
Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	0,948	0,951	0,963	0,866
Minat Menggunakan (Intention Use)	0,954	0,954	0,967	0,878

Pengaruh Sosial (Social Influence)	0,959	0,972	0,970	0,889
literasi zakat _	0,953	1,098	0,959	0,796

### Discriminant Validity

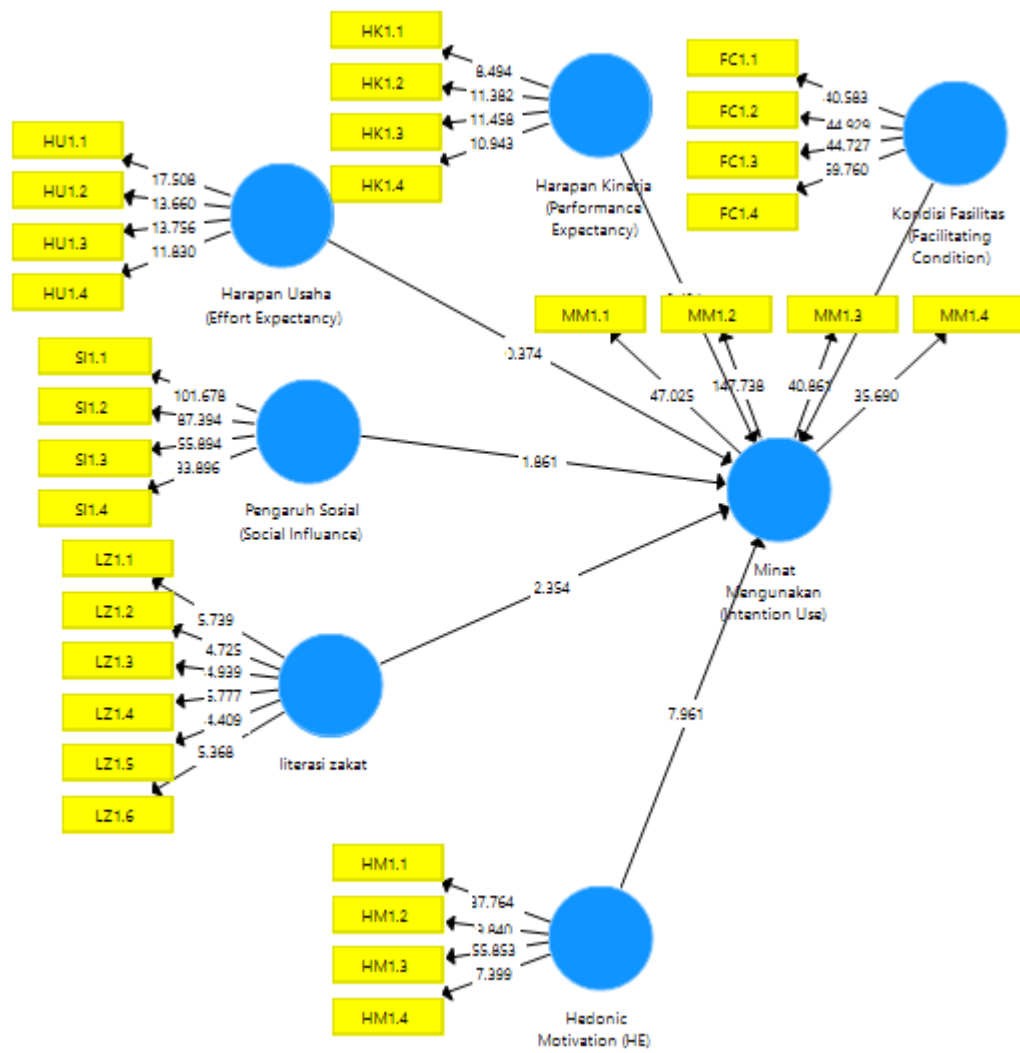
Fornell-Larcker Criterion

	Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	Harapan Usaha (Effort Expectancy)	Hedonic Motivation (HE)	Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	Minat Menggunakan (Intention Use)	Pengaruh Sosial (Social Influence)	literasi zakat _
Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	0,931						
Harapan Usaha (Effort Expectancy)	0,875	0,934					

<b>Hedonic Motivatio n (HE)</b>	0,350	0,417	0,775				
<b>Kondisi Fasilitas (Facilitat ing Conditio n)</b>	0,216	0,267	0,492	0,931			
<b>Minat Menguna kan (Intentio n Use)</b>	0,259	0,313	0,696	0,638	0,937		
<b>Pengaruh Sosial (Social Influence )</b>	0,118	0,138	0,228	0,368	0,375	0,943	
<b>literasi zakat _</b>	0,596	0,594	0,364	0,044	0,100	0,045	0,8 92

### **Hasil Analisis PLS (Bootstrapping)**





## Outer Loadings

Mean, STDEV,  
T-Values, P-  
Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
EE1.1 <- Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	0,900	0,887	0,078	11,543	<b>0,000</b>
EE1.2 <- Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	0,962	0,957	0,068	14,165	<b>0,000</b>
EE1.3 <- Harapan Kinerja (Performance Expectancy)	0,905	0,890	0,090	10,085	<b>0,000</b>
EE1.4 <- Harapan Kinerja	0,955	0,947	0,060	15,836	<b>0,000</b>

(Performance Expectancy)					
FC1.1 <- Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	0,914	0,913	0,023	39,887	<b>0,000</b>
FC1.2 <- Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	0,930	0,929	0,022	42,716	<b>0,000</b>
FC1.3 <- Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	0,943	0,943	0,020	46,465	<b>0,000</b>
FC1.4 <- Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)	0,935	0,934	0,017	56,222	<b>0,000</b>
HTD1.1 <- Hedonic Motivation (HE)	0,873	0,874	0,023	37,691	<b>0,000</b>

<b>HTD1.2 &lt;- Hedonic Motivation (HE)</b>	0,638	0,637	0,062	10,277	<b>0,000</b>
<b>HTD1.3 &lt;- Hedonic Motivation (HE)</b>	0,888	0,888	0,017	51,683	<b>0,000</b>
<b>HTD1.4 &lt;- Hedonic Motivation (HE)</b>	0,668	0,660	0,081	8,241	<b>0,000</b>
<b>LZ1.1 &lt;- literasi zakat _</b>	0,917	0,851	0,160	5,748	<b>0,000</b>
<b>LZ1.2 &lt;- literasi zakat _</b>	0,946	0,854	0,188	5,022	<b>0,000</b>
<b>LZ1.3 &lt;- literasi zakat _</b>	0,845	0,839	0,166	5,085	<b>0,000</b>
<b>LZ1.4 &lt;- literasi zakat _</b>	0,911	0,856	0,154	5,907	<b>0,000</b>
<b>LZ1.5 &lt;- literasi zakat _</b>	0,806	0,794	0,152	5,317	<b>0,000</b>
<b>LZ1.6 &lt;- literasi zakat _</b>	0,920	0,857	0,156	5,886	<b>0,000</b>
<b>MI1.1 &lt;- Minat Menggunakan</b>	0,922	0,921	0,019	48,260	<b>0,000</b>

(Intention Use)					
MI1.2 <- Minat Menggunakan (Intention Use)	0,972	0,971	0,007	142,023	<b>0,000</b>
MI1.3 <- Minat Menggunakan (Intention Use)	0,926	0,924	0,024	37,827	<b>0,000</b>
MI1.4 <- Minat Menggunakan (Intention Use)	0,929	0,928	0,029	31,685	<b>0,000</b>
PE1.1 <- Harapan Usaha (Effort Expectancy)	0,910	0,906	0,091	9,957	<b>0,000</b>
PE1.2 <- Harapan Usaha (Effort Expectancy)	0,952	0,944	0,045	21,134	<b>0,000</b>
PE1.3 <- Harapan	0,944	0,935	0,052	18,085	<b>0,000</b>

Usaha (Effort Expectancy)					
PE1.4 <- Harapan Usaha (Effort Expectancy)	0,930	0,917	0,048	19,551	<b>0,000</b>
SI1.1 <- Pengaruh Sosial (Social Influence)	0,959	0,959	0,010	94,411	<b>0,000</b>
SI1.2 <- Pengaruh Sosial (Social Influence)	0,957	0,957	0,011	87,946	<b>0,000</b>
SI1.3 <- Pengaruh Sosial (Social Influence)	0,949	0,946	0,018	53,644	<b>0,000</b>
SI1.4 <- Pengaruh Sosial (Social Influence)	0,906	0,902	0,028	32,051	<b>0,000</b>

### Path Coefficients

Mean, STDEV,

T-Values, P-

Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Harapan Kinerja (Performance Expectancy) -> Minat Menggunakan (Intention Use)	0,051	0,038	0,116	0,441	<b>0,659</b>
Harapan Usaha (Effort Expectancy) -> Minat Menggunakan (Intention Use)	0,047	0,055	0,134	0,349	<b>0,727</b>
Hedonic Motivation (HE) -> Minat Menggunakan (Intention Use)	0,540	0,525	0,070	7,759	<b>0,000</b>

Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition) -> Minat Menggunakan (Intention Use)	0,307	0,316	0,078	3,931	<b>0,000</b>
Pengaruh Sosial (Social Influence) -> Minat Menggunakan (Intention Use)	0,134	0,137	0,068	1,989	<b>0,047</b>
literasi zakat _ -> Minat Menggunakan (Intention Use)	-0,175	-0,175	0,070	2,500	<b>0,013</b>