

## Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Muzakki Membayar Zakat Secara Online

Novi Febriyanti<sup>1\*</sup>, Ragil Satria Wicaksana<sup>1</sup>, Alia Jihan Sahira<sup>1</sup>, Achmad Budi Susetyo<sup>2</sup>,  
Rahmad Nursyahidin<sup>3</sup>, Nuriya Luthfiana<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Alma Ata Yogyakarta

<sup>2</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Blitar

<sup>3</sup> Universitas Negeri Yogyakarta

<sup>4</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Corresponding Author: [novifebriyanti@almaata.ac.id](mailto:novifebriyanti@almaata.ac.id)<sup>1\*</sup>

### Article History

Received : 17-03-2024

Revised : 15-04-2024

Accepted : 20-04-2024

**Kata Kunci: Literasi Zakat; Model Penerimaan Teknologi; Pengaruh Komitmen; Sistem Pembayaran Zakat; Zakat Digital**

**Keywords: Commitment Effect; Digital Zakat; Technology Acceptance Model; Zakat Literacy; Zakat Payment System**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Zakat, Literasi Digital, Persepsi Manfaat, Persepsi Kenyamanan dan Pengaruh Komitmen Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesional Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital. Sampel penelitian ini terdiri dari 140 informan yang telah membayar zakat profesinya dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Belajar Metode ini menggunakan analisis kuantitatif PLS-SEM dengan bantuan alat analisis SmartPLS 3. Hasil survey menunjukkan bahwa Literasi Zakat, Literasi Digital, Perceived Convenience dan Commitment Effect mempunyai pengaruh positif mempunyai dampak signifikan terhadap keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan metode sistem pembayaran zakat digital. Sedangkan variabel Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital.

### ABSTRACT

*This research aims to examine the influence of Zakat Literacy, Digital Literacy, Perceived benefits, perceived comfort and the influence of commitment The decision to pay professional zakat using the zakat payment system Digital. This research sample consisted of 140 informants who had Pay professional zakat using a digital zakat payment system. Learn This method uses quantitative PLS-SEM analysis with the help of analytical tools SmartPLS 3. Survey results show that Zakat Literacy, Literacy Digital, Perceived Convenience and Commitment Effect have a positive influence has a significant impact on the decision to pay professional zakat using the system digital zakat payment. Meanwhile, the Perception of Benefits variable has no effect regarding the decision to pay professional zakat using a payment system digital zakat.*

## PENDAHULUAN

Masyarakat kini memasuki era digital yang ditandai dengan kemudahan penyebaran dan penerimaan informasi melalui internet dan media sosial (Biro Kementerian Perhubungan, Komunikasi dan Informasi Publik, 2018). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Kehadiran pengguna internet pada tahun 2018 hingga 2022 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018, persentase penetrasi Internet di Indonesia mencapai 64,80 persen, tahun 2019-2020 sebesar 73,70 persen dan tahun 2021-2022 (Q1) sebesar 77,02 persen, dengan total populasi yang terkoneksi internet sebesar pada tahun 2021-2022 sebanyak 210.026.769 orang. Menurut Ketua Umum APJII, Muhammad Arif Angga, peningkatannya jumlah pengguna dan pengguna internet yang sangat signifikan di Indonesia disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 (Ariefana, 2022). Sejak pandemic Covid-19 sedang menyebar di Indonesia, menurut pemerintah setempat Kebijakan preventif untuk mengatasi penyebaran Covid-19 antara lain: kebijakan pembatasan pergerakan sosial (Puskas BAZNAS, 2021). Dampak Kebijakan pandemi mengharuskan semua sektor industry mengurangi pergerakan dan mengubah interaksi tatap muka. Akibatnya, sebagian besar bidang industri mengadopsi variasi ini platform digital dalam aktivitas bisnisnya, termasuk sektor keuangan sosial syariah, seperti lembaga zakat (Puskas Baznas, 2022).

Pandemi Covid-19 dapat mengubah cara kita memberi di masyarakat, seperti pembayaran zakat, infaq, sedekah dan sumbangan umum lainnya Pembayaran konvensional sudah beralih ke digital. Hal ini dibuktikan dengan hasilnya Survei Outlook Donasi Digital Gopay 2020 dimana donasi dilakukan oleh masyarakat cenderung dilakukan secara digital sejak munculnya Covid-19 untuk semua kalangan masyarakat mengalami peningkatan yang signifikan pada kelompok Z yaitu generasi milenial dan kelompok X (GoPay Indonesia & Kopernik, 2020). Menurut penelitian berdasarkan hasil kajian Pusat Kajian Strategis Badan Amil Potensi zakat nasional (Puskas BAZNAS) dari berbagai sektor di Indonesia mencapai 327,6 miliar rupiah dalam satu tahun. Potensi zakat yang paling besar berasal dari zakat korporasi senilai 144,5 triliun, disusul zakat profesi atau Pendapatan zakat berjumlah 139,07 triliun. Potensi zakat tunai mencapai 58,67 triliun, sedangkan zakat pertanian mencapai 19,79 triliun. Potensi Zakat yang paling rendah adalah zakat peternakan senilai 9,51 triliun (Puskas Baznas, 2021). Dengan demikian, fenomena ini memberikan dasar yang sangat menarik Saya meneliti apa yang menyebabkan perubahan tren zakat secara digital. Hal ini termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membayar Zakat profesional adalah literasi zakat (Fitri & Falikhatun, 2021; Tantriana & Rahmawati, 2018; Tiara et al., 2022), literasi digital (Fitriyah, 2021; Ichwan, 2020), manfaat yang dirasakan (Ichwan & Ghofur, 2020), kenyamanan yang dirasakan (Astuti & Prijanto, 2021; Sukmawati et al., 2022) dan efek komitmen (Albari & Amalia, 2008; Santosa, 2016; Septianawati, 2017).

Beberapa penelitian mengenai literasi zakat juga menunjukkan hal tersebut Literasi zakat mempengaruhi pilihan muzakki dalam pengambilan keputusan platform distribusi zakat (Tiara et al., 2022). Penelitian Fitri dan Falikhatun (2021) juga menyatakan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat profesional. Berbeda dengan

penelitian Fadhila (2021) menunjukkan bahwa literasi zakat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan minat mahasiswa mengeluarkan zakat, infaq, shodaqoh. Sejalan dengan penelitian Fadhila (2021), penelitian Anggraini & Indrarini (2022) juga membuktikan secara parsial bahwa literasi tidak berpengaruh pada minat membayar zakat menggunakan zakat digital. Penelitian Ichwan (2020) menunjukkan bahwa literasi digital mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Muzakki melakukan hal tersebut melakukan pembayaran Zakat, Infaq dan Shodaqoh melalui platform keuangan Go-Pay Digital. Lebih lanjut penelitian Irhamsyah (2019) menyatakan bahwa Pengetahuan Muzakiki tentang literasi digital melalui layanan zakat dengan Fintech menjadi faktor pilihan dalam melakukan pembayaran zakat. Berbagai penelitian mengenai persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hasil yang berbeda. Seperti penelitian Astuti & Prijanto (2021) menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan, dan keduanya memiliki efek parsial sikap, meskipun manfaat yang dirasakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan minat menggunakan layanan zakat digital. Hasil penelitian Santosa (2016) membuktikan bahwa komitmen berpengaruh memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pelanggan atau norma subjektif merupakan penentu utama. Berikutnya adalah sikap pelanggan, norma subjektif, dan control Perilaku yang dirasakan telah dikonfirmasi sebagai prediktor yang baik dari niat berperilaku klien. Sejalan dengan penelitian Albari & Amalia (2008) menunjukkan efek kompromi dari tiga paket spesifikasi notebook yang ada diteliti, dengan monitor notebook menjadi atribut yang memiliki tingkatan kepentingan konsumen yang lebih besar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer didapatkan langsung dari partisipan. Ruang lingkup penelitian terfokus pada muzakki yang membayar zakat profesi melalui sistem pembayaran zakat digital seperti m-banking, internet bank, ATM, e-wallet seperti Gopay, Linkaja, Dana, OVO dan lain sebagainya, serta melalui platform e-commerce seperti shopee, bukalapak, tokopedia dan dll. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan teknik Partial Least Squares (PLS).

Variabel pencarian mengacu pada apa pun dalam format apa pun ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga diperoleh informasi yang relevan dan diambil kesimpulannya. Adapun tema dalam penelitian ini membahas mengenai "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital". Wiyono (2011) mengartikan variabel independen sebagai variabel penyebab perubahan variabel terikat, tapi yang mana dipengaruhi oleh variabel bebas adalah variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural (SEM) yang terkenal variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel endogen mempunyai arti yang sama dengan variabel terikat (dependent variable). Sementara itu, variabel eksogen artinya sama

dengan variabel bebas (independent variable) (Sanusi, 2013). Variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu Keputusan membayar zakat profesi melalui sistem pembayaran zakat digital adalah variabel terikat yang diteliti oleh penulis.

Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Variabel eksogen (variabel bebas) yang digunakan adalah literasi zakat (X1), literasi digital (X2), model penerimaan teknologi yang dirasakan dengan persepsi kegunaan (X3) dan persepsi manfaat (X4), serta variabel *compromise Effect* (X5).

Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini antara lain:

- a. Hipotesis 1 Literasi Zakat berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital
- b. Hipotesis 2 literasi digital berpengaruh secara signifikan terhadap pembayaran zakat, infaq, dan shodaqoh melalui platform keuangan Gopay digital.
- c. Hipotesis 3 persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan, dan keduanya memiliki efek parsial sikap
- d. Hipotesis 4 Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital
- e. Hipotesis 5 Compromise Effect berpengaruh signifikan terhadap sikap pelanggan atau norma subjektif

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	(AVE)
Literasi Zakat (X1)	0.894	0.896	0.917	0.611
Literasi Digital (X2)	0.802	0.808	0.871	0.627
Persepsi Manfaat/ <i>Perceived Usefulness</i> (X3)	0.841	0.841	0.893	0.677
Persepsi Kemudahan/ <i>Perceived Ease of Use</i> (X4)	0.839	0.858	0.892	0.676
<i>Compromise Effect</i> (X5)	0.847	0.856	0.891	0.621
Keputusan Membayar Zakat Profesi (Y)	0.821	0.832	0.893	0.735

Nilai reliabilitas suatu variabel dan nilai Average Variance Extracted (AVE) masing-masing variabel mengungkapkan kriteria validitas dan reliabilitas. Suatu variabel dianggap memiliki reliabilitas tinggi jika nilai Composite Reliability, Cronbach's Alpha, dan AVE masing-masing  $>0,5$ . Pada tabel di atas dinyatakan bahwa variabel yang diuji valid dan reliabel sehingga memungkinkan untuk dilakukan pengujian model struktural.

### ***b. Loading Factors***

Variabel	Kode item	Nilai <i>Loading Factors</i>	Keterangan
Literasi Zakat (X1)	LZ1	0.769	Valid
	LZ2	0.770	Valid
	LZ3	0.778	Valid
	LZ5	0.822	Valid
	LZ6	0.760	Valid
	LZ7	0.810	Valid
	LZ8	0.759	Valid
Literasi Digital (X2)	LD1	0.766	Valid
	LD2	0.805	Valid
	LD4	0.813	Valid
	LD5	0.782	Valid
Persepsi Manfaat/ <i>Perceived Usefulness</i> (X3)	PU1	0.826	Valid
	PU2	0.831	Valid
	PU3	0.834	Valid
	PU4	0.798	Valid
Persepsi Kemudahan/ <i>Perceived Ease of Use</i> (X4)	PEOU1	0.874	Valid
	PEOU2	0.706	Valid
	PEOU3	0.820	Valid
	PEOU4	0.877	Valid
	CE1	0.749	Valid
	CE2	0.873	Valid
	CE3	0.743	Valid

	CE4	0.800	Valid
	CE8	0.770	Valid
	KEP2	0.869	Valid
	KEP4	0.888	Valid
	KEP5	0.813	Valid

Nilai yang dihasilkan pada setiap item dalam masing-masing konstruk telah memenuhi standar nilai validitas konvergen berkat reestimasi loading factor pada tabel di atas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penghitungan loading factor pada setiap variabel adalah valid.

### c. Discriminant Validity

#### 1) Fornell-Lacker Criterion

	CE (X5)	KEP (Y)	LD (X2)	LZ (X1)	PEOU (X4)	PU (X3)
CE (X5)	0.788					
KEP (Y)	0.642	0.858				
LD (X2)	0.499	0.731	0.792			
LZ (X1)	0.603	0.746	0.721	0.782		
PEOU (X4)	0.624	0.756	0.733	0.692	0.822	
PU (X3)	0.566	0.709	0.727	0.745	0.739	0.823

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Fornell-Lacker Criterion (akar dari AVE) > korelasi antar variabel laten. Di mana korelasi X5 -> X5 nilainya lebih besar daripada korelasi antar variabel laten. Begitu juga korelasi X4 ->X4, X3->X3, X2 -> X2, X1 -> X1, Y -> Y. Jadi, kesimpulannya seluruh konstruk adalah valid.

#### 2) Cross Loadings

Cross Loadings dapat dikatakan valid jika hubungan konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada konstruk lainnya, dengan nilai cross loadings yang diharapkan >7.

	CE (X5)	KEP (Y)	LD (X2)	LZ (X1)	PEOU (X4)	PU (X3)
CE1	0.749	0.481	0.399	0.456	0.418	0.466
CE2	0.873	0.501	0.416	0.568	0.569	0.493
CE3	0.743	0.453	0.393	0.405	0.513	0.366
CE4	0.800	0.427	0.318	0.427	0.384	0.436

CE8	0.770	0.620	0.419	0.496	0.542	0.500
KEP2	0.610	0.869	0.659	0.708	0.697	0.656
KEP4	0.543	0.888	0.655	0.652	0.700	0.628
KEP5	0.490	0.813	0.559	0.544	0.531	0.529
LD1	0.417	0.542	0.766	0.574	0.634	0.552
LD2	0.441	0.560	0.805	0.579	0.622	0.576
LD4	0.399	0.659	0.813	0.590	0.547	0.579
LD5	0.323	0.542	0.782	0.539	0.526	0.600
LZ1	0.402	0.506	0.520	0.769	0.498	0.519
LZ2	0.565	0.592	0.449	0.770	0.453	0.515
LZ3	0.504	0.559	0.502	0.778	0.419	0.530
LZ5	0.443	0.549	0.597	0.822	0.562	0.628
LZ6	0.394	0.567	0.558	0.760	0.558	0.584
LZ7	0.536	0.618	0.582	0.810	0.597	0.663
LZ8	0.440	0.662	0.709	0.759	0.668	0.620
PEOU1	0.534	0.656	0.662	0.650	0.874	0.663
PEOU2	0.418	0.489	0.435	0.452	0.706	0.501
PEOU3	0.493	0.600	0.587	0.492	0.820	0.564
PEOU4	0.589	0.716	0.691	0.654	0.877	0.682
PU1	0.473	0.611	0.670	0.689	0.738	0.826
PU2	0.416	0.574	0.573	0.596	0.586	0.831
PU3	0.408	0.563	0.557	0.539	0.541	0.834
PU4	0.563	0.583	0.587	0.622	0.557	0.798

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas discriminant menggunakan Cross Loading mengindikasikan semua nilai korelasi antar indikator dengan variabel yang memenuhi kriteria yaitu  $> 0.70$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil korelasi antar variabel dan korelasi antara indikator dengan variabel yang digunakan adalah valid atau memiliki validitas diskriminan.

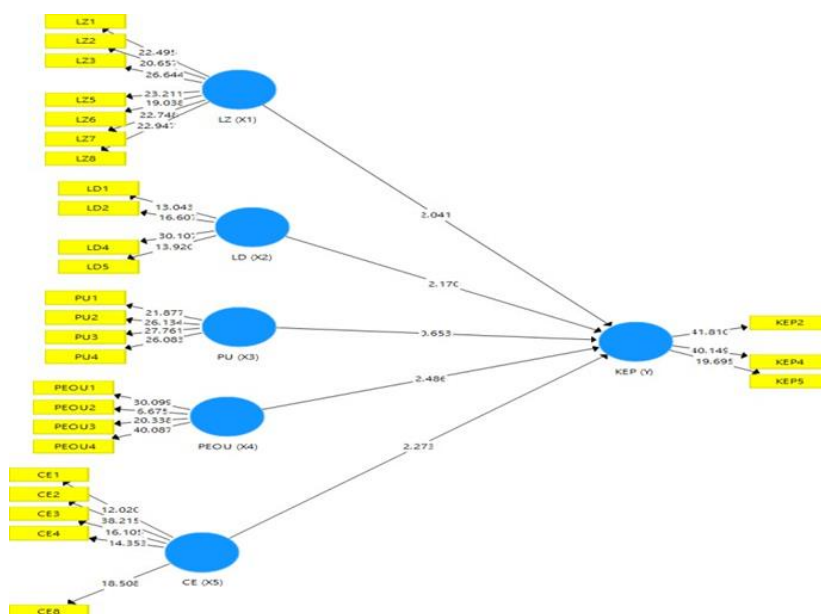
### 3) Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Nilai yang direkomendasikan jika menggunakan Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) adalah  $< 0.9$ . Adapun nilai HTMT dalam penelitian ini sebagai berikut.

	CE (X5)	KEP (Y)	LD (X2)	LZ (X1)	PEOU (X4)	PU (X3)
CE (X5)						
KEP (Y)	0.751					
LD(X2)	0.598	0.891				
LZ (X1)	0.683	0.858	0.845			
PEOU (X4)	0.725	0.895	0.885	0.784		
PU (X3)	0.662	0.847	0.884	0.853	0.871	

Dapat diketahui pada tabel di atas bahwa semua nilai HTMT <9, sehingga seluruh variabel adalah valid.

**Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**



**a. Multicollinearity**

Untuk menghindari kolinearitas antar konstruk, maka nilai VIF harus lebih kecil dari 5. Dalam tutorial SEM PLS, nilai VIF Inner Model menunjukkan multikolinieritas, atau interkorelasi yang kuat antara variabel independen.

	LZ (X1)	LD (X2)	PU (X3)	PEOU (X4)	CE (X5)
KEP (Y)	2.933	2.860	3.076	3.057	1.823

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak ada nilai VIF >5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah dalam multikolinieritas.

**b. R-Square (R<sup>2</sup>)**

Item	R Square	R Square Adjusted
KEP (Y)	0.708	0.697



Dalam penelitian ini, nilai Adjusted R-Square adalah 0.697, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Zakat, Literasi Digital, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Compromise Effect berpengaruh sebesar 69,7 persen terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital. Sisanya, sebesar 30,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### c. The blindfolding-based cross validated redundancy measure (Q<sup>2</sup> atau QSquare)

Uji Q<sup>2</sup> bertujuan untuk mengukur statistik agar dapat melihat predictive relevance. Menurut Sarstedt et al., (2017) kriteria Q<sup>2</sup> adalah apabila Q<sup>2</sup> lebih besar (>) 0 maka model mempunyai predictive relevance.

Item	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
CE	700.000	700.000	
PEOU	560.000	560.000	
PU	560.000	560.000	
LD	560.000	560.000	
LZ	980.000	980.000	
KEP	420.000	210.443	0.499

Dari hasil uji didapatkan hasil nilai Q<sup>2</sup> adalah 0.499, nilai tersebut di atas 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan bisa memprediksi model dengan baik.

#### d. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Nilai koefisien path atau inner model ditunjukkan oleh nilai TStatistic, nilai ini menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Pada penelitian ini, hipotesis diterima jika p-value kurang dari ( ) dari 1,96.

Item	P Values	Keputusan
Literasi Zakat -> Keputusan	0.041	Diterima
Literasi Digital -> Keputusan	0.030	Diterima
Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Usefulness</i> ) -> Keputusan	0.514	Ditolak
Persepsi Kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) -> Keputusan	0.013	Diterima
Compromise Effect -> Keputusan	0.023	Diterima

Pada bagian ini peneliti akan membahas hasil analisis data. Analisis data yang akan dibahas adalah pengaruh variabel independen yaitu, literasi zakat, literasi digital, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pengaruh komitmen terhadap variabel dependen yaitu keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital.

### **1. Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital**

Berdasarkan hasil analisis model internal terlihat nilai p value sebesar  $0,041 < 0,05$  yang berarti H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel literasi zakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan tentang keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Tiara et al., (2022) bahwa literasi zakat mempunyai pengaruh terhadap preferensi muzaki pilihan saluran distribusi zakat, penelitian Fitri & Falikhatun (2021). menyatakan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat profesional, serta penelitian Hasibuan et al., (2021) bahwa pengetahuan mempengaruhi keputusan muzaki untuk membayar zakat.

### **2. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital**

Berdasarkan hasil analisis model internal terlihat nilai p value sebesar  $0,030 < 0,05$  yang berarti H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel literasi digital mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Irhamsyah (2019) bahwa pengetahuan teknologi mempengaruhi muzaki untuk memilih membayar zakat secara digital. Ichwan (2020) juga menunjukkan hal tersebut literasi digital mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat, infaq dan shodaqoh melalui fintech Go-pay.

### **3. Pengaruh Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital**

Berdasarkan hasil analisis model internal diperoleh p-value sebesar  $0,514 > 0,05$  yang berarti H3 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kusuma & Susilowati, 2007; Rahmiati dan Yuannita, 2019; Raksadigiri & Wahyuni, 2020; Sukmawati dkk.,2022). Manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang mempercayainya penggunaan suatu sistem akan membawa manfaat dalam hal ini, seperti meningkatkan efektivitas kerja (Mahendra, 2016). Menyadari manfaat adalah mungkin membangun kepercayaan untuk pengambilan keputusan internal menggunakan sistem informasi (Fatmawati, 2015).

### **4. Pengaruh Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital**

Berdasarkan hasil analisis model internal diperoleh nilai p value sebesar  $0,013 < 0,05$  yang berarti H4 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan tentang keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Astuti & Prijanto (2021) bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan dalam kegunaan yang dirasakan dan mempengaruhi

sikap. Penelitian Ichwan & Ghofur (2020) juga menyatakan bahwa persepsi Persepsi kegunaan dan kenyamanan berpengaruh secara parsial dan simultan tentang keputusan Muzakki membayar zakat melalui fintech Go-pay.

##### **5. Pengaruh Compromise Effect Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital**

Berdasarkan hasil analisis model internal diperoleh nilai p value sebesar  $0,023 < 0,05$  yang berarti H5 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh komitmen mempunyai pengaruh positif dan signifikan tentang keputusan membayar zakat profesi dengan menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Albari & Amalia (2008) bahwa terdapat fenomena efek kompromi antara ketiga paket tersebut Spesifikasi atribut notebook yang diteliti dan monitor notebook adalah atribut yang paling menarik minat konsumen. Hasil pencarian Santosa (2016) juga menyatakan bahwa pengaruh komitmen berpengaruh penting untuk penciptaan sikap dan penciptaan norma subjektif, Penelitian menunjukkan bahwa efek komitmen dapat terjadi mengembangkan evaluasi subjektif konsumen yang mengarah pada sikap konsumen, yang dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memuaskan keinginan masyarakat lingkungan, serta melalui integrasi keyakinan dan evaluasi konsumen yang dapat membangun sikap konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat profesi. Pengetahuan tentang pentingnya membayar zakat adalah salah merupakan faktor yang berpotensi mempengaruhi pembayaran zakat khususnya zakat pada pendapatan. Kedua, literasi digital berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Karena semakin keras Semakin banyak pengetahuan teknologi yang dimiliki seorang muzakki, semakin besar peluang yang dimiliki orang tersebut muzakiki memilih untuk membayar zakat secara online semakin besar ukurannya. Ketiga, persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Tidak signifikan manfaat yang dirasakan dapat dipengaruhi karena responden tidak bisa menikmati kegunaan atau penggunaan suatu aplikasi atau karena Responden ketika menggunakan aplikasi cukup mengikutinya saja tren tanpa melihat manfaat dari sistem. Hal lain yang dapat Anda lakukan mempengaruhi manfaat kecil yang dirasakan karena beberapa lokasi institusi masih belum ideal. Keempat, perceived convenience berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Hal ini disebabkan oleh akibat perkembangan teknologi dan inovasi pada lembaga zakat sehingga responden dapat membayar zakat profesi secara digital atau online menggunakan berbagai sumber pembayaran zakat digital dari berbagai jenis platform, baik e-wallet, e-commerce, dan mobile banking. Mayoritas Kemudahan penggunaan yang tinggi menghasilkan kenyamanan yang lebih besar dan kemampuan pengguna untuk

menggunakannya. Terakhir, pengaruh komitmen berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital. Keputusan Muzakiki untuk membayar zakat profesional menggunakan sistem pembayaran zakat digital dipengaruhi oleh persepsi orang lain dan atribut lembaga zakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). Outlook Zakat Indonesia 2020. In *PuskasBAZNAS*. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>
- Bank Indonesia. (2019). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025-Menavigasi Sistem Pembayaran Nasional di Era Digital. *Bank Indonesia*, 1–81. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Documents/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2025.pdf>
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Febriyanti, N. (2021). Enhancing the Effectiveness of the Zakat Management System to Reduce Taxable Income for Muslim Communities in East Java. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 21(2), 271–279. <https://doi.org/10.30631/alrisalah.v21i2.821>
- Fadhila, I. M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq dan Sedekah di LAZISWAF UNIDA Gontor. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 3(2), 1160–1185.
- Fahma Ninda, A. N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/60629/>
- Febriyanti, Novi. “Mekanisme pengelolaan zakat sebagai pengurang penghasilan kena pajak masyarakat muslim di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Timur.” Master Thesis. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Febriyanti, N., Rahmanto, D. N. A., & Nursyahidin, R. (2022, December). Contribution of

- Islamic Social Finance Philosophy BAZNAS of DI Yogyakarta in Malioboro MSMEs Empowerment Post Covid-19 Pandemic. In *ICONIEB: International Conference of Islamic Economics and Business* (Vol. 1, No. 1).
- Febriyanti, Novi., Wicaksana, R. S., Anis, F. N., Ruliana, R., Wusqo, U. A., Komalasari., I. (2023). Inovasi Pembiayaan Mudharabah Linked Waqf. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(3), 343–351. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.1106>
- Fitri, L., & Falikhathun, F. (2021). Religiosity, Literacy, Income and Accessibility to Awareness in Professional Zakah Payment: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 6(1), 39–48. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i1.268>
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Puskas Baznas. (2020). Laporan Hasil Survey Indeks Literasi Zakat 2020. Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 1–10.
- Puskas Baznas. (2022). Outlook Zakat Indonesia 2022 (Vol. 4, Issue 1). Pusat Kajian Strategis- Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Puskas BAZNAS. (2019). Indeks Literasi Zakat. Pusat Kajian Strategis- Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Puskas BAZNAS. (2021). Outlook Zakat Indonesia 2021. In BAZNAS PUSKAS Working Paper Series. Pusat Kajian Strategis- Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. U. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam “Teori dan Aplikasi.”* RajaGrafindo Persada.
- Tantriana, D., & Rahmawati, L. (2018). The Analysis of Surabaya Muzaki’s Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method. *International Conference of Zakat*, 23. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.118>
- Tiara, S., Yurniwati, Y., Putriana, V. T., & Putriana. (2022). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Literasi Zakat terhadap Preferensi Muzakki dalam Memilih Saluran Distribusi Zakat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 340. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.536>
- UNESCO. (2005). Literacy for Life Education for All. UNESCO Publishing.
- Septianawati, I. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Compromise Effect Terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Tulungagung. <http://repo.uinsatu.ac.id/5836/>
- Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. (2022). Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 439–452. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452>

Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 (Cetakan Pe). UPP STIM YKPN.

Yudha, A., Febriyanti, N., & Rofiqoh, I. (2023). The Polowijen Cultural Village Sector of Halal Destinations as A Medium for Regional Economic Resilience Post Covid-19 Pandemic. *Ecoplan*, 6(2), 175-189. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v6i2.673>