

Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat melalui Platform Zakat Digital: Peran Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan dengan Transparansi sebagai Variabel Moderasi

Maulana Ridwan Lubis¹⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

maulanaridwan2622@gmail.com

Yenni Samri Juliati Nasution²⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

yennisamri@uinsu.ac.id

Annio Indah Lestari Nasution³⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

annio.indahlestari@uinsu.ac.id

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital, serta menguji peran transparansi sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 77 responden pengguna platform zakat digital dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ($t = 2,772$; $p = 0,000$), serta persepsi kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan ($t = 2,561$; $p = 0,002$). Selain itu, transparansi terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ($t = 2,167$; $p = 0,032$). Dalam analisis moderasi, transparansi tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dan minat penggunaan ($t = 1,160$; $p = 0,250$), namun mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan ($t = 2,282$; $p = 0,024$). Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan transparansi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan digital dan transparansi pengelolaan dana zakat menjadi strategi penting dalam mengoptimalkan penghimpunan zakat secara digital.

Kata Kunci Persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan, Transparansi, Zakat digital, Minat penggunaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat, termasuk dalam praktik filantropi Islam seperti zakat. Digitalisasi layanan keuangan syariah menghadirkan berbagai platform zakat digital yang memungkinkan pembayaran zakat dilakukan secara lebih cepat, mudah, dan efisien (Meerangani et al., 2022; Ninglasari & Muhammad, 2021). Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar. berdasarkan data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), potensi zakat nasional di Indonesia diperkirakan mencapai Rp327 triliun per tahun. Namun demikian, realisasi penghimpunan zakat yang berhasil dikumpulkan oleh lembaga pengelola zakat baru mencapai sekitar Rp41 triliun. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup besar, yaitu sekitar Rp286 triliun atau sekitar 87,5% dari total potensi zakat yang belum dapat dihimpun secara optimal. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sistem penghimpunan zakat masih menghadapi berbagai tantangan, sehingga diperlukan inovasi dalam pengelolaan zakat, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi digital dalam sistem pembayaran zakat.

Tabel 1. Potensi dan Realisasi Penghimpunan Zakat Nasional di Indonesia

Indikator	Nilai	Keterangan
Potensi Zakat Nasional	Rp327 Triliun	Estimasi potensi zakat nasional per tahun di Indonesia
Realisasi Penghimpunan Zakat	Rp41 Triliun	Total zakat yang berhasil dihimpun oleh lembaga zakat
Kesenjangan Zakat	Rp286 Triliun	Selisih antara potensi zakat dan realisasi penghimpunan
Persentase Realisasi terhadap Potensi	±12,5%	Menunjukkan tingkat optimalisasi penghimpunan zakat
Persentase Potensi yang Belum Terealisasi	±87,5%	Menunjukkan masih besarnya peluang optimalisasi zakat

Sumber: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Pemanfaatan platform zakat digital menjadi salah satu strategi yang dinilai mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat. Digitalisasi layanan zakat memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakat kapan saja dan di mana saja, sehingga dapat meningkatkan efisiensi penghimpunan zakat (Aqil & Mafrukha, 2025; Beik et al., 2021). Selain itu, perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia yang semakin luas turut mendukung percepatan adopsi layanan zakat digital oleh masyarakat. Meskipun perkembangan digitalisasi zakat menunjukkan tren yang positif, tingkat penggunaan platform zakat digital oleh masyarakat masih belum optimal. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor perilaku pengguna, seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan layanan, serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transparansi pengelolaan dana zakat (Soemitra et al., 2022). Faktor-faktor tersebut menjadi determinan penting dalam membentuk minat masyarakat menggunakan layanan zakat digital.

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), minat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) (Tubaishat, 2018). Davis (1993)

menjelaskan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan dan semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi tersebut. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut menjadi faktor utama yang banyak digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi digital. Penelitian Hussain et al. (2022), Oktavendi & Mu'ammal (2022) dan Rahim et al. (2024) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan layanan pembayaran zakat digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat berbasis digital.

Penelitian Danila et al. (2025) Kamal et al. (2024), dan Mutmainah et al. (2024) juga menemukan bahwa faktor penerimaan teknologi, khususnya kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna, berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan e-zakat. Sementara itu, Muflih (2022) dan Samudra et al. (2025) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan pembayaran zakat online, terutama ketika didukung oleh tingkat kepercayaan pengguna yang tinggi terhadap lembaga pengelola zakat. Penelitian Berakon et al. (2021) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui layanan digital perbankan syariah. Di sisi lain, penelitian Kasri & Yuniar (2021) menunjukkan bahwa rendahnya literasi zakat digital serta keterbatasan informasi mengenai sistem pengelolaan zakat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat masih menggunakan metode pembayaran zakat secara konvensional. Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji faktor penerimaan teknologi dalam penggunaan zakat digital, sebagian besar penelitian masih berfokus pada variabel utama TAM tanpa memasukkan transparansi sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperkuat hubungan antara persepsi teknologi dan minat penggunaan. Padahal, transparansi pengelolaan dana zakat merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat digital (Abdullah et al., 2023; Nafi'Hasbi & Widayanti, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital serta menguji peran transparansi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur keuangan sosial Islam digital sekaligus menjadi dasar pertimbangan bagi lembaga pengelola zakat dalam meningkatkan optimalisasi penghimpunan zakat melalui transformasi digital.

LANDASAN TEORI

Zakat dan Platform Zakat Digital

Zakat ialah salah satu instrumen utama dalam sistem ekonomi Islam yang memiliki fungsi tidak hanya sebagai ibadah, tetapi juga sebagai mekanisme distribusi pendapatan dan pengentasan kemiskinan (Herianingrum et al., 2023; Nurfuadi & Nasution, 2025; Razak, 2019). Menurut Malik (2016) zakat berperan sebagai instrumen fiskal sosial yang mampu menciptakan keseimbangan ekonomi melalui redistribusi kekayaan dari kelompok mampu kepada kelompok yang membutuhkan. Sehingga zakat memiliki posisi strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat sistem perlindungan sosial berbasis syariah. Dalam perspektif ekonomi Islam, zakat tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai

instrumen pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Khan (2007) dan Miah (2021) menjelaskan bahwa zakat berkontribusi dalam meningkatkan daya beli masyarakat berpendapatan rendah, mendorong aktivitas ekonomi produktif, serta mengurangi kesenjangan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, optimalisasi penghimpunan dan pengelolaan zakat menjadi salah satu langkah penting dalam memperkuat stabilitas ekonomi sosial masyarakat muslim.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, sistem pengelolaan zakat mengalami transformasi menuju digitalisasi. Ali (2024) menyatakan bahwa modernisasi sistem pengelolaan zakat, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital, dapat meningkatkan efisiensi administrasi, transparansi pengelolaan dana, serta memperluas jangkauan penghimpunan zakat. Transformasi ini memungkinkan lembaga pengelola zakat untuk mengembangkan layanan pembayaran zakat berbasis aplikasi, website, maupun integrasi dengan sistem pembayaran digital. Perkembangan platform zakat digital di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan Badan Amil Zakat Nasional, digitalisasi layanan zakat telah mendorong peningkatan kemudahan akses masyarakat dalam menunaikan zakat serta mempercepat proses penghimpunan dana zakat secara nasional. Pemanfaatan kanal digital juga memungkinkan lembaga zakat menjangkau generasi muda yang memiliki tingkat penggunaan teknologi digital yang tinggi (Zahara & Nurwani, 2023).

Meskipun demikian, tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital masih belum sepenuhnya optimal. Annahl et al. (2021) menjelaskan bahwa rendahnya partisipasi muzaki dalam pembayaran zakat melalui lembaga resmi seringkali dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, kemudahan layanan, serta persepsi manfaat yang dirasakan oleh masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan digital menjadi faktor penting dalam mendorong minat masyarakat menggunakan platform zakat digital. Selain itu, digitalisasi pengelolaan zakat dinilai mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga pengelola zakat, yang pada akhirnya dapat memperkuat kepercayaan publik.

Menurut Qutaiba et al. (2024), transparansi dalam pengelolaan dana zakat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan partisipasi muzaki karena masyarakat cenderung menyalurkan zakat melalui lembaga yang memiliki sistem pelaporan yang jelas dan akuntabel. Berdasarkan perkembangan tersebut, digitalisasi pengelolaan zakat menjadi strategi penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat sekaligus memperkuat efektivitas sistem penghimpunan zakat nasional. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital menjadi isu yang relevan untuk dikaji.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) ialah suatu model teoritis yang digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi informasi oleh individu. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) dengan mengadaptasi *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991). Dalam TRA dijelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat perilaku (*behavioral intention*), sedangkan niat tersebut ditentukan oleh sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif. Model TAM kemudian dikembangkan sebagai bentuk spesifikasi TRA yang difokuskan pada konteks penerimaan teknologi informasi. Dalam pengembangannya, Davis (1989) menyederhanakan konstruk TRA dengan menekankan dua faktor utama yang secara langsung memengaruhi niat

penggunaan teknologi, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi kemanfaatan menggambarkan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitasnya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana individu meyakini bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar.

Selanjutnya, Venkatesh & Davis (2000) mengembangkan TAM menjadi model yang lebih komprehensif dengan menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap niat penggunaan, tetapi juga memengaruhi persepsi kemanfaatan yang dirasakan pengguna. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan oleh pengguna, sehingga meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa TAM memiliki kemampuan prediktif yang kuat dalam menjelaskan adopsi teknologi pada berbagai sektor, termasuk layanan keuangan digital. Penelitian Alzahrani et al. (2019) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan mobile banking. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Tam & Oliveira (2016) yang menemukan bahwa kedua konstruk utama TAM berpengaruh positif terhadap niat penggunaan mobile payment.

Dalam konteks layanan keuangan sosial berbasis digital, penelitian Srivastava et al. (2023) menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam TAM secara signifikan memengaruhi niat penggunaan layanan pembayaran digital dan fintech. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dalam layanan keuangan digital sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan sistem yang disediakan. Berdasarkan berbagai kajian teoritis dan empiris tersebut, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi landasan teoritis yang relevan dalam menjelaskan minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital. Model ini menekankan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang memengaruhi niat individu dalam mengadopsi teknologi, sehingga kedua variabel tersebut digunakan sebagai konstruk utama dalam penelitian ini.

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*/PEOU) ialah salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan bebas dari kesulitan. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima oleh pengguna. Dalam hal melakukan adopsi teknologi digital, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang memengaruhi sikap dan niat individu dalam menggunakan suatu sistem. Venkatesh & Davis (2000) menjelaskan bahwa sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi, sehingga memperbesar peluang terbentuknya niat penggunaan teknologi secara berkelanjutan. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga dapat meningkatkan persepsi kemanfaatan karena teknologi yang mudah digunakan cenderung dianggap lebih bermanfaat oleh pengguna. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki

pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi digital. Penelitian Tam & Oliveira (2016) menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan mobile payment, yang menunjukkan bahwa kemudahan sistem pembayaran digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat pengguna. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa faktor kemudahan operasional teknologi berperan penting dalam mendorong adopsi layanan berbasis digital. Penelitian Alzahrani et al. (2019) dan Siregar & Nasution (2023) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan mobile banking. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi layanan keuangan yang memiliki tampilan sederhana, mudah dipahami, serta mudah dioperasikan akan meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu determinan utama dalam keberhasilan implementasi layanan keuangan digital.

Dalam layanan keuangan sosial berbasis digital, kemudahan penggunaan platform zakat digital seperti kemudahan proses registrasi, kemudahan transaksi pembayaran, serta kemudahan akses layanan informasi zakat diperkirakan akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut (Al Arif et al., 2023). Semakin sederhana dan mudah sistem zakat digital digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan masyarakat tertarik untuk menunaikan zakat melalui platform digital. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan zakat digital. Dengan merujuk pada penelitian-penelitian tersebut, studi ini mengintegrasikan Persepsi kemudahan atau *Perceived Ease of Use* dalam kerangka penelitian.

Hipotesis 1: *Perceived Ease of Use* penggunaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital.

Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) ialah konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat tertentu dalam aktivitasnya. Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan sistem teknologi dapat membantu meningkatkan efektivitas, produktivitas, serta efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan atau aktivitas tertentu. Dalam konteks adopsi teknologi digital, persepsi kemanfaatan menjadi faktor penting yang mendorong terbentuknya niat penggunaan teknologi. Venkatesh & Davis (2000) menjelaskan bahwa ketika individu merasakan manfaat nyata dari suatu teknologi, seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan peningkatan kualitas layanan, maka kecenderungan untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin tinggi. Dengan demikian, persepsi kemanfaatan menjadi determinan utama dalam proses penerimaan teknologi oleh pengguna.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan digital. Penelitian Tam & Oliveira (2016) menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan mobile payment karena pengguna merasakan manfaat berupa kecepatan transaksi dan kemudahan pengelolaan keuangan. Hasil penelitian Alzahrani et al. (2019) juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor dominan

dalam meningkatkan niat penggunaan mobile banking. Penelitian Wufron et al. (2025) menegaskan bahwa *perceived usefulness* merupakan prediktor kuat dalam menjelaskan niat penggunaan layanan fintech, terutama ketika teknologi mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengguna cenderung mengadopsi teknologi ketika mereka merasakan manfaat praktis yang jelas, seperti efisiensi proses, kemudahan transaksi, serta peningkatan kenyamanan dalam aktivitas keuangan. Dalam penggunaan zakat digital, persepsi kemanfaatan dapat tercermin melalui kemudahan pemantauan pembayaran zakat, efisiensi proses transaksi, akses informasi distribusi zakat, serta fleksibilitas pembayaran kapan saja dan di mana saja. Ketika masyarakat merasakan bahwa platform zakat digital memberikan manfaat nyata dibandingkan metode konvensional, maka minat untuk menggunakan layanan tersebut cenderung meningkat.

Transparansi dalam Pengelolaan Zakat

Transparansi dalam pengelolaan zakat merupakan prinsip penting yang berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian dana zakat kepada publik (Ansori & Violita, 2025). Transparansi mencerminkan sejauh mana lembaga pengelola zakat menyediakan informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat mengenai penggunaan dana zakat. Menurut Chaniago et al. (2024), transparansi menjadi faktor penting dalam meningkatkan akuntabilitas lembaga keuangan syariah serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana sosial Islam. Dalam perspektif perilaku pengguna, transparansi berperan sebagai faktor yang dapat memperkuat kepercayaan (trust) terhadap layanan digital. Jayanto & Munawaroh (2019) menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat sangat dipengaruhi oleh keterbukaan informasi, terutama terkait pelaporan penghimpunan dan distribusi dana zakat. Ketika lembaga zakat mampu menunjukkan pengelolaan dana secara transparan, maka masyarakat cenderung lebih bersedia menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut (Andreani & Syafina, 2022).

Pada era digital, transparansi menjadi semakin penting karena layanan zakat digital tidak melibatkan interaksi langsung antara muzaki dan lembaga pengelola. Al Arif et al. (2023) menunjukkan bahwa keterbukaan informasi keuangan, laporan penyaluran, serta sistem pelaporan berbasis teknologi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan zakat. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi tidak hanya berfungsi sebagai aspek tata kelola, tetapi juga sebagai faktor perilaku yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan zakat digital. Penelitian dalam konteks layanan keuangan digital juga menunjukkan bahwa transparansi dapat memperkuat pengaruh faktor penerimaan teknologi terhadap niat penggunaan. Chaniago et al. (2024) menemukan bahwa kepercayaan dan transparansi informasi mampu memperkuat hubungan antara persepsi teknologi dan niat penggunaan layanan fintech. Temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan teknologi akan lebih berdampak ketika didukung oleh sistem yang transparan. Keberadaan fitur transparansi tersebut memungkinkan masyarakat merasakan keamanan dan kejelasan dalam menyalurkan zakat secara digital, sehingga berpotensi memperkuat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan layanan zakat digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, transparansi, dan minat penggunaan zakat digital. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden yaitu beragama Islam, memiliki akses terhadap perangkat digital, serta mengetahui atau pernah menggunakan layanan zakat digital. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan pendekatan *rule of thumb* berbasis jumlah indikator penelitian, yaitu 5 kali jumlah indikator yang digunakan (Aguinis & Harden, 2010). Dengan mempertimbangkan jumlah indikator pada variabel penelitian, jumlah sampel penelitian ini ialah 77 responden pengguna platform zakat digital. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik dengan tahapan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear, serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji peran transparansi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan zakat digital.

Penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi tersebut. Dalam konteks zakat digital, persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan sejauh mana masyarakat meyakini bahwa platform zakat digital mudah dipahami dan dioperasikan, sedangkan persepsi kemanfaatan mencerminkan keyakinan bahwa penggunaan platform tersebut memberikan manfaat seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan akses informasi yang lebih cepat. Selain itu, penelitian ini memasukkan variabel transparansi sebagai variabel moderasi. Transparansi dalam pengelolaan zakat mencerminkan keterbukaan informasi mengenai penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian dana zakat.

Hasil Dan Pembahasan**Uji Validitas dan Realibilitas****Tabel 4.** Uji Validitas & Realibilitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	.786	0.000	Valid	0.860	Reliabel
	X1.2	.830	0.000	Valid		
	X1.3	.744	0.000	Valid		
	X1.4	.738	0.000	Valid		
	X1.5	.835	0.000	Valid		
Persepsi Kemanfaatan (X2)	X2.1	.795	0.000	Valid	0.875	Reliabel
	X2.2	.808	0.000	Valid		
	X2.3	.800	0.000	Valid		
	X2.4	.748	0.000	Valid		
	X2.5	.861	0.000	Valid		
	X2.6	.701	0.000	Valid		
Transparansi	Z.1	.722	0.000	Valid		

(Z)	Z.2	.784	0.000	Valid	0.792	Reliabel
	Z.3	.802	0.000	Valid		
	Z.4	.832	0.000	Valid		
Minat	Y.1	.719	0.000	Valid	0.765	Reliabel
Masyarakat	Y.2	.829	0.000	Valid		
(Y)	Y.3	.791	0.000	Valid		
	Y.4	.722	0.000	Valid		

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai Pearson Correlation masing-masing item yang lebih besar dari nilai r tabel serta memiliki tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Pada variabel persepsi kemudahan (X1), nilai korelasi berkisar antara 0,738 hingga 0,835. Variabel persepsi kemanfaatan (X2) memiliki nilai korelasi antara 0,701 hingga 0,861. Selanjutnya, variabel transparansi (Z) menunjukkan nilai korelasi antara 0,722 hingga 0,832, sedangkan variabel minat Masyarakat (Y) memiliki nilai korelasi antara 0,719 hingga 0,829. Dengan demikian, seluruh item indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,70. Variabel persepsi kemudahan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,860, variabel persepsi kemanfaatan (X2) sebesar 0,875, variabel transparansi (Z) sebesar 0,792, dan variabel minat masyarakat (Y) sebesar 0,765. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dapat dikategorikan reliabel, sehingga dapat digunakan secara konsisten untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas (Shapiro-Wilk)	Heteroskedastisitas (Glejser)	Multikolinearitas (Tolerance & VIF)
Persepsi Kemudahan (X₁)	Statistic = 0.089 p-value = 0.200d	t-statistic = 0.646 p-value = 0.520	Tolerance = 0.616 VIF = 1.515
Persepsi Kemanfaatan (X₂)	Statistic = 0.089 p-value = 0.200d	t-statistic = 1.382 p-value = 0.320	Tolerance = 0.594 VIF = 1.744
Transparansi (Z)	Statistic = 0.089 p-value = 0.200d	t-statistic = 1.677 p-value = 0.069	Tolerance = 0.641 VIF = 1.312
Persepsi Kemudahan × Transparansi (X₁Z)	Statistic = 0.089 p-value = 0.200d	t-statistic = -0.514 p-value = 0.609	Tolerance = 0.617 VIF = 1.548
Persepsi Kemanfaatan × Transparansi (X₂Z)	Statistic = 0.089 p-value = 0.200d	t-statistic = -1.397 p-value = 0.309	Tolerance = 0.603 VIF = 1.620

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi yang dipersyaratkan. Uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance yang seluruhnya lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang berada di bawah 10. Secara rinci, variabel persepsi kemudahan (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,616 dan VIF sebesar 1,515, variabel persepsi kemanfaatan (X2) memiliki tolerance sebesar 0,594 dan VIF sebesar 1,744, serta variabel transparansi (Z) memiliki tolerance sebesar 0,641 dan VIF sebesar 1,312.

Selain itu, variabel interaksi X1Z dan X2Z juga menunjukkan nilai VIF masing-masing sebesar 1,548 dan 1,620, yang masih berada dalam batas aman. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi tinggi antar variabel independen. Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,520 untuk X1, 0,320 untuk X2, 0,069 untuk Z, 0,609 untuk X1Z, dan 0,309 untuk X2Z. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga varians residual bersifat homogen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan bebas dari heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi

Tabel 5. Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi

Uji Hipotesis	T- statistic	P-value	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	2.772	0.000	H1 Diterima
Persepsi Kemudahan (X2)	2.561	0.002	H2 Diterima
Transparansi (Z)	2.167	0.032	H3 Diterima
Persepsi Kemanfaatan x Transparansi (X1Z)	1.160	0.250	H4 Ditolak
Persepsi Kemanfaatan x Transparansi (X2Z)	2.282	0.024	H5 Diterima
Uji Koefisien Determinasi		<i>Adjusted R Square</i>	
Predictor variable: X1, X2, Z, X1Z, X2Z		0.758	Model Sangat Kuat

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X1) memiliki nilai t-statistic sebesar 2,772 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga H1 diterima. Selanjutnya, variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai t-statistic sebesar 2,561 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, sehingga H2 diterima. Variabel transparansi (Z) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai t-statistic sebesar 2,167 dan nilai signifikansi sebesar 0,032, sehingga H3 diterima. Namun demikian, variabel interaksi antara persepsi kemanfaatan dan transparansi (X1Z) memiliki nilai t-statistic sebesar 1,160 dengan nilai signifikansi sebesar 0,250, sehingga H4 ditolak. Sementara itu, variabel interaksi antara persepsi kemudahan dan transparansi

(X2Z) memiliki nilai t-statistic sebesar 2,282 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024, sehingga H5 diterima.

Hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,758. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 75,8% variasi dalam variabel minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), transparansi (Z), serta variabel interaksi (X1Z dan X2Z). Sementara itu, sisanya sebesar 24,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kecepatan transaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan konsep dalam Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan utama dalam penerimaan teknologi. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Muflih (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan digital berbasis syariah. Selain itu, penelitian oleh Kasri dan Yuniar (2021) juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor dominan dalam meningkatkan adopsi zakat digital di Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa manfaat praktis dari teknologi menjadi pendorong utama dalam meningkatkan partisipasi Masyarakat.

Selanjutnya, persepsi kemudahan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan zakat digital. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan aplikasi, tampilan yang sederhana, serta proses transaksi yang tidak rumit menjadi faktor penting dalam mendorong minat masyarakat. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian Meerangani et al. (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sistem digital berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan zakat berbasis teknologi. Selain itu, penelitian oleh Oktavendi dan Mu'ammal (2022) juga menemukan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan pembayaran zakat digital, khususnya pada generasi muda yang memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi.

Variabel transparansi juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengenai penghimpunan dan penyaluran dana zakat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Transparansi memungkinkan pengguna untuk mengetahui secara jelas bagaimana dana zakat dikelola, sehingga meningkatkan keyakinan dan minat untuk menyalurkan zakat melalui platform digital. Temuan ini didukung oleh penelitian Nafi'Hasbi dan Widayanti (2023) yang menyatakan bahwa transparansi berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga zakat. Selain itu, penelitian oleh Qutaiba et al. (2024) juga menunjukkan bahwa transparansi dalam pelaporan zakat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan partisipasi muzaki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dan minat penggunaan zakat digital. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun transparansi penting, keberadaannya tidak memperkuat pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat penggunaan. Kemungkinan besar, manfaat yang dirasakan pengguna sudah cukup kuat dalam mempengaruhi keputusan tanpa perlu dipengaruhi oleh tingkat transparansi. Sebaliknya, transparansi terbukti mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan zakat digital. Hal ini menunjukkan bahwa ketika sistem mudah digunakan dan didukung oleh tingkat transparansi yang tinggi, maka minat masyarakat akan semakin meningkat. Transparansi dalam hal ini berperan sebagai faktor penguat yang meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kemudahan sistem yang ditawarkan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital adalah persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, sementara transparansi berperan sebagai faktor pendukung yang dapat memperkuat hubungan tertentu. Temuan ini memperkuat relevansi penggunaan Technology Acceptance Model dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi dalam konteks keuangan sosial Islam, khususnya pada layanan zakat digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan (H1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform zakat digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kepraktisan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan zakat digital. Selanjutnya, persepsi kemudahan (H2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan platform zakat digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan teknologi oleh masyarakat. Selain itu, transparansi (H3) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan platform zakat digital. Hal ini menegaskan bahwa keterbukaan informasi terkait pengelolaan dan penyaluran dana zakat mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat, yang pada akhirnya mendorong minat untuk menyalurkan zakat melalui platform digital.

Dalam pengujian moderasi, ditemukan bahwa transparansi tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dan minat penggunaan (H4 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat penggunaan bersifat langsung dan tidak bergantung pada tingkat transparansi. Transparansi terbukti mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan (H5 diterima). Artinya, ketika kemudahan penggunaan platform zakat digital didukung oleh tingkat transparansi yang tinggi, maka pengaruhnya terhadap minat masyarakat menjadi semakin kuat.

Dengan demikian, transparansi dalam penelitian ini berperan sebagai variabel moderasi parsial yang hanya memperkuat hubungan tertentu dalam model, khususnya antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan zakat digital.

Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut, khususnya dengan memperluas cakupan variabel yang digunakan, seperti kepercayaan (trust), religiusitas, literasi digital, serta kualitas layanan, yang secara teoritis dan empiris juga berpotensi mempengaruhi minat penggunaan zakat digital. Selain itu,

penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah dan karakteristik responden agar mampu merepresentasikan populasi yang lebih beragam, serta menggunakan pendekatan longitudinal atau metode campuran (mixed methods) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku masyarakat dalam mengadopsi platform zakat digital. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga pengelola zakat digital perlu terus meningkatkan kemudahan penggunaan sistem, memperkuat manfaat layanan yang dirasakan pengguna, serta menjaga transparansi pengelolaan dana zakat melalui penyediaan informasi yang terbuka dan akurat, guna meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z., Mohd Sharif, M. H., Saad, R. A. J., Mohd Ariff, A. H., Md Hussain, M. H., & Mohd Nasir, M. H. (2023). Zakat institutions' adoption of social media. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1261–1280. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0013>
- Aguinis, H., & Harden, E. E. (2010). Sample size rules of thumb: Evaluating three common practices. In *Statistical and methodological myths and urban legends* (pp. 287–306). Routledge.
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2020). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: An insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al Arif, M. N. R., Nofrianto, N., & Fasa, M. I. (2023). The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 1–16.
- Ali, M. M. (2024). The role of digital technology in facilitating zakat collection and distribution in the modern era. *Ico Edusha*, 5(1), 650–664.
- Alzahrani, A. I., Mahmud, I., Ramayah, T., Alfarraj, O., & Alalwan, N. (2019). Modelling digital library success using the DeLone and McLean information system success model. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(2), 291–306. <https://doi.org/10.1177/0961000617726123>
- Andreani, Y., & Syafina, L. (2022). Akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan berbasis teknologi informasi pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Deli Serdang. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 203–209.
- Annahl, M. A. F., Al Anshory, A. C., & Aulia, M. (2021). Why do muzaki pay zakat through institutions? The theory of planned behaviour application. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7, 203–226.
- Ansori, H. R., & Violita, E. S. (2025). Transparency and accountability in zakat institutions. *Eduvest: Journal of Universal Studies*, 5(6).
- Aqil, I., & Mafrukha, W. N. (2025). Islamic philanthropy in cyberspace: The transformation of zakat practices through the digitalization of BAZNAS RI. *Indonesian Conference of Zakat-Proceedings*, 139–151.
- Beik, I. S., Swandaru, R., & Rizkiningsih, P. (2021). Utilization of digital technology for zakat development. In M. M. Billah (Ed.), *Islamic FinTech: Insights and Solutions*

- (pp. 231–248). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45827-0_13
- Berakon, I., Aji, H. M., & Hafizi, M. R. (2021). Impact of digital Sharia banking systems on cash-waqf among Indonesian Muslim youth. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1551–1573. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0337>
- Chaniago, S., Nurlaila, N., & Rokan, M. K. (2024). Transparency and accountability in the management of independent mosque funds: A case study of Medan City Mosque. *Society*, 12(2), 714–742.
- Danila, R., Saat, R. M., & Bahador, K. M. K. (2025). Trust and religiosity: Integrating technological acceptance factors into the extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model for zakat online payment systems. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 53(2), 199–214.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475–487. <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Herianingrum, S., Supriani, I., Sukmana, R., Effendie, E., Widiastuti, T., Fauzi, Q., & Shofawati, A. (2023). Zakat as an instrument of poverty reduction in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(4), 643–660. <https://doi.org/10.1108/JIABR-11-2021-0307>
- Hussain, Z., Sultan, R., Asadullah, A., Arif, M., & Ali, A. (2022). The impact of zakat literacy, trust, and the accessibility of digital payments on Generation Z and Y's intention to pay zakat to Central Zakat Fund, the State Bank of Pakistan. *International Journal of Zakat*, 7(2), 105–114.
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). The influences of reputation, financial statement transparency, accountability, religiosity, and trust on interest in paying zakat of profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59–69.
- Kamal, S., Safarida, N., & Kassim, E. S. (2024). Investigating the role of fiqh zakat knowledge in moderating the behaviour of the Acehnese to pay zakat digitally. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 3048–3083. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0055>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: Lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Khan, A. R. (2007). *Did zakat deliver welfare and justice? Islamic welfare policy in Pakistan, 1980–1994* (Doctoral dissertation, London School of Economics and Political Science).
- Malik, B. A. (2016). Philanthropy in practice: Role of zakat in the realization of justice and economic growth. *International Journal of Zakat*, 1(1), 64–77.
- Meerangani, K. A., Sharipp, M. T. M., Hamid, M. F. A., Hashim, S. N. I., Rameli, M. F. P., & Rosele, M. I. (2022). Digitalisation of zakat management system in Malaysia: Potential and challenges. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 11(2).
- Miah, M. S. (2021). *Effectiveness of zakat-based poverty alleviation program*.

- Mohd, R. S. H., Alyani, I. N., Md, Z., Dhamiri, A. S., & Abdul, R. R. (2024). The role of technology acceptance model on intentions of zakat payers in using online zakat payment services. *International Journal of Research*, 8, 1089–1096.
- Muflih, M. (2022). Muzakki's adoption of mobile service: Integrating the roles of technology acceptance model (TAM), perceived trust and religiosity. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(1), 21–33. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0273>
- Mutmainah, L., Berakon, I., & Yusufarto, R. (2024). Does financial technology improve intention to pay zakat during national economic recovery? A multi-group analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 15(6), 1583–1607. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2022-0268>
- Nafi'Hasbi, M. Z., & Widayanti, I. (2023). Transparency of zakat funds to increase public trust in zakat institutions. *Indonesian Conference of Zakat-Proceedings*, 434–440.
- Ninglasari, S. Y., & Muhammad, M. (2021). Zakat digitalization: Effectiveness of zakat management during COVID-19 pandemic. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(1), 26–44.
- Nurfuadi, W., & Nasution, Y. S. J. (2025). Efektivitas pendistribusian dana zakat pada Amil Zakat Nasional BAZNAS Provinsi Sumatera Utara. *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam*, 2(1), 192–201.
- Oktavendi, T. W., & Mu'ammal, I. (2022). Acceptance model for predicting adoption of Zakat, Infaq, and Sadaqoh (ZIS) digital payments in Generation Z. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 684–700.
- Qutaiba, M., Owais, M., & Muharam, A. S. (2024). The current issue of reporting zakat in Indonesia: A critical analysis. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 4(1), 1–25.
- Rahim, H., Irpan, H. M., Zakaria, N. B., Khir, M. F. A., & Ahammad, S. F. (2024). Perceived usefulness and attitude toward intention and acceptance of e-payment zakat. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 9(1), 320–344.
- Razak, S. H. A. (2019). Zakat and waqf as instrument of Islamic wealth in poverty alleviation and redistribution: Case of Malaysia. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(3–4), 249–266. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-11-2018-0208>
- Samudra, D., Mursid, M. C., & Muhtarom, A. (2025). The influence of zakat literacy, religiosity, service quality, trust and perceived ease of use on digital zakat payment intention in Pemalang Regency. *Al Tijarah*, 11(2), 305–315.
- Siregar, W. S., & Nasution, A. I. L. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan Shopee Paylater. *Journal of Syntax Transformation*, 4(4), 44.
- Soemitra, A., Kusmilawaty, K., & Rahma, T. I. F. (2022). The role of Micro Waqf Bank in women's micro-business empowerment through Islamic social finance: Mixed-method evidence from Mawaridussalam Indonesia. *Economies*, 10(7), Article 157. <https://doi.org/10.3390/economies10070157>
- Srivastava, S., Mohta, A., & Shunmugasundaram, V. (2023). Adoption of digital payment FinTech service by Gen Y and Gen Z users: Evidence from India. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(1), 95–117. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0110>

-
- Tam, C., & Oliveira, T. (2016). Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone & McLean and TTF perspective. *Computers in Human Behavior*, 61, 233–244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.016>
- Tubaishat, A. (2018). Perceived usefulness and perceived ease of use of electronic health records among nurses: Application of Technology Acceptance Model. *Informatics for Health and Social Care*, 43(4), 379–389. <https://doi.org/10.1080/17538157.2017.1363761>