

**PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN,
KEPERCAYAAN, TRANSPARANSI, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT DALAM PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL
(Studi UMKM Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh

KOTRANADA GADWA MUFID

NIM: 210502110005

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

**PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN,
KEPERCAYAAN, TRANSPARANSI, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT DALAM PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL
(Studi UMKM Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)



Oleh

KOTRANADA GADWA MUFID

NIM: 210502110005

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN FASILITAS, KEPERCAYAAN, TRANSPARANSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT DALAM PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL (Studi UMKM Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh

Kotranada Gadwa Mufid

NIM : 210502110005

Telah Disetujui Pada Tanggal 5 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



Yuliati, M.S.A

NIP. 197307032023212005

LEMBAR PENGESAHAN

Investigating Determinants of MSMEs Interest in Digital Zakat Payment

SKRIPSI

Oleh

Kotranada Gadwa Mufid

NIM : 210502110005

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 20 Maret 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Zuraidah, M.S.A

NIP. 197612102009122001

2 Anggota Penguji

Dr. Sulis Rochayatun, M.Akun., Ak. CA., CMA, CSRA

NIP. 19760313201802012188

3 Sekretaris Penguji

Yuliati, M.S.A

NIP. 197307032023212005

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kotranada Gadwa Mufid

NIM : 210502110005

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan Judul **PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, TRANSPARANSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT DALAM PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL (Studi UMKM Kota Malang)** adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 23 April 2025

Hormat saya

A yellow rectangular stamp with a black border. On the left, it says '1000'. In the center, there is a small emblem of a bird (Garuda) and the text 'METERAI TEMPORER'. Below the emblem, the number 'SCAMX173535398' is printed. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Kotranada Gadwa Mufid

MOTTO

”Bersusah-susah dahulu, bersenang-senang kemudian”.

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Lambat bukan berarti tertinggal, cepat bukan berarti dia yang paling hebat, karena setiap orang sedang berproses di garis takdirnya masing-masing”.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan nikmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan mulia, Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan bimbingan kepada umat menuju cahaya Islam hingga saat ini. Berkat ridho dan pertolongan-Nya, penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi dan Religiusitas Terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam proses penyusunan skripsi tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengakui bahwa segala kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini adalah berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT.

Maka dari itu, penulis bermaksud menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah turut terlibat dalam penyusunan skripsi, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin. M.A., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D., Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Yulianti, M.S.A., Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu serta dengan sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen, staff, dan jajaran di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak ibu pelaku UMKM yang ada di Kota Malang yang telah bersedia membantu menjadi objek penelitian dalam pelaksanaan skripsi penulis.
7. Kedua orang tua, Bapak Mufid dan Ibu Nunung Qudrotus Sab'ah yang telah memberikan kasih sayang yang berlimpah, do'a serta dukungan yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di perguruan tinggi. Serta adik-adik penulis yaitu Hajar Berlanty Mufid dan Jilan Nisrina Mufid yang selalu memberikan bimbingan, dukungan serta do'a kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat penulis Amorita Azza, Maulidya Annisa, Nisfa Ramadhani, Surya Naryama Aryaguna dan Naela Riskiya Haely yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis untuk mengerjakan skripsi.
9. Khalimatus Sa'diyyah selaku teman satu bimbingan sekaligus partner yang selalu bersedia kebersamai, membantu, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman jurusan akuntansi angkatan 2021 yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang berkontribusi, baik langsung maupun tidak langsung, yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu.

Malang, 5 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Teory TAM.....	23
2.2.2 Teory TPB.....	24
2.2.3 Minat Membayar Zakat	25
2.2.4 Zakat	25
2.2.5 Zakat Digital	26
2.2.6 Membayar Zakat Secara Digital	27

2.2.7 Literasi Zakat	29
2.2.8 Kemudahan	30
2.2.9 Kepercayaan.....	30
2.2.10 Transparansi	30
2.2.11 Religiusitas.....	31
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.4.1 Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital	33
2.4.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital.....	33
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital	33
2.4.4 Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital.....	34
2.4.5 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital	34
2.4.6 Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan Fasilitas, Kepercayaan, Transparansi Dan Religiusitas Secara Simultan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital ..	34
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5 Data dan Jenis Data	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.7.1 Variabel Independen	40
3.7.2 Variabel Dependen.....	40
3.8 Analisis Data.....	42
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	42
3.8.2 Uji Instrumen	42
3.9 Teknik Analisis Data.....	43

3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda	44
3.9.3 Uji Hipotesis	45
BAB IV	47
PEMBAHASAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	48
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	49
4.4 Pembahasan	58
BAB V	64
PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Malang Tahun 2023	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan.....	17
Tabel 3.1 Pembagian Responden UMKM di Setiap Kecamatan.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert Kuisisioner	40
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.5 Uji Validitas	50
Tabel 4.6 Uji Realibilitas	51
Tabel 4.7 Uji Normalitas	52
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.10 Uji Parsial (Uji T)	55
Tabel 4.11 Uji Simultan (Uji F).....	57
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengumpulan Zakat Nasional Tahun 2018-2023 Semester I.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 <i>Normal Probability Plot</i>	52
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Data Primer dari <i>Google Form</i> ke <i>Excel</i>	78
Lampiran 3 Hasil Output olah data SPSS	94
Lampiran 4 Hasil Test Plagiarisme	99
Lampiran 5 Jurnal Bimbingan.....	100
Lampiran 6 Biodata Peneliti.....	102

ABSTRAK

Kotranada Gadwa Mufid. 2025, SKRIPSI.

Judul : “Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi dan Religiusitas terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Studi UMKM di Kota Malang)”

Pembimbing : Yuliati, M.S.A

Kata Kunci : Akuntansi Syariah, Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi, Religiusitas, Minat, Zakat Digital

Zakat digital mengalami pertumbuhan yang signifikan dan muncul sebagai tren yang menguntungkan kalangan milenial. Puncak fenomena ini terjadi pada tahun 2021, di mana sekitar 70% kontributor zakat digital berusia 25-44 tahun menyalurkan donasinya melalui BAZNAS. Seiring dengan kemajuan teknologi, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) memulai adopsi sistem transaksi digital dengan menyediakan layanan zakat online guna mempermudah pembayaran zakat. Di sisi lain, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berfungsi sebagai sektor perdagangan produktif yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian nasional dan daerah. UMKM memiliki potensi besar dalam menyalurkan zakat, namun mengoptimalkan potensi ini, diperlukan pemahaman mengenai preferensi, nilai-nilai, dan perilaku individu terkait pembayaran zakat digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Malang terhadap pembayaran zakat secara digital, yang menyoroti pentingnya zakat dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan pengumpulan data melalui kuisioner yang diberikan UMKM di Kota Malang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi zakat, kemudahan, dan religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembayaran zakat secara digital, sedangkan transparansi berpengaruh negatif terhadap minat, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

ABSTRACT

Kotranada Gadwa Mufid. 2025, THESIS.

Title : “The Influence of Zakat Literacy, Convenience, Trust, Transparency and Religiosity on Interest in Digital Zakat Payment (Study of UMKM in Malang City)”

Advisor : Yuliati, M.S.A

Keywords : Sharia Accounting, Zakat Literacy, Convenience, Trust, Transparency, Religiosity, Interest, Digital Zakat

Digital zakat is experiencing significant growth and emerging as a profitable trend among millennials. The peak of this phenomenon occurred in 2021, where around 70% of digital zakat contributors aged 25-44 years old channeled their donations through BAZNAS. Along with the advancement of technology, Zakat Management Organizations (OPZ) started the adoption of digital transaction systems by providing online zakat services to facilitate zakat payments. On the other hand, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) function as a productive trade sector that makes an important contribution to the national and regional economy. MSMEs have great potential in distributing zakat, but optimizing this potential requires an understanding of individual preferences, values, and behaviors related to digital zakat payments. This study aims to identify the factors that influence the interest of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Malang City towards digital zakat payment, which highlights the importance of zakat in supporting local economic development. The method used is multiple linear regression, with data collection through questionnaires given to MSMEs in Malang City. The research findings show that zakat literacy, convenience, and religiosity have a significant positive effect on interest in digital zakat payment, while transparency has a negative effect on interest, and trust has no significant effect on interest.

المستخلص

كوترانادا جادوا مفيد، 2025. أطروحة

العنوان: "تأثير معرفة الزكاة والراحة والثقة والشفافية والتدين على الاهتمام بدفع الزكاة رقمياً (دراسة جامعة
مالانج الإسلامية الماليزية في مدينة مالانج
المستشار : يوليائي، م.س.أ

الكلمات المفتاحية: المحاسبة الشرعية، معرفة الزكاة، الراحة، الثقة، الشفافية، التدين، الفائدة، الزكاة الرقمية

تشهد الزكاة الرقمية نمواً كبيراً وتبرز كاتجاه مفضل لدى جيل الألفية. وقد بلغت ذروة هذه الظاهرة في عام
حيث قام حوالي 70٪ من المساهمين في الزكاة الرقمية الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و44 عاماً، 2021
في (OPZ) بتوجيه تبرعاتهم من خلال نظام بارناس. إلى جانب تقدم التكنولوجيا، بدأت مؤسسات إدارة الزكاة
اعتماد أنظمة المعاملات الرقمية من خلال توفير خدمات الزكاة عبر الإنترنت لتسهيل دفع الزكاة. من ناحية
أخرى، تعمل الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة كقطاع تجاري منتج يساهم بشكل كبير في
الاقتصاد الوطني والإقليمي. تتمتع المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بإمكانيات كبيرة في
توزيع الزكاة، لكن تحسين هذه الإمكانيات يتطلب فهم تفضيلات الأفراد وقيمهم وسلوكهم المتعلق بدفع الزكاة
رقمياً. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على اهتمام المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة
والمتوسطة في مدينة مالانج بدفع الزكاة الرقمية، مما يسلط الضوء على أهمية الزكاة في دعم التنمية الاقتصادية
المحلية. الطريقة المستخدمة هي الانحدار الخطي المتعدد، مع جمع البيانات من خلال الاستبيانات المقدمة إلى
الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مدينة مالانج. تُظهر نتائج البحث أن الإلمام بالزكاة
والملاءمة والتدين لها تأثير إيجابي كبير على الاهتمام بدفع الزكاة الرقمية، في حين أن الشفافية لها تأثير سلبي
على الاهتمام، وليس للثقة تأثير كبير على الاهتمام

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan kepadatan penduduk tertinggi di dunia, dengan Islam sebagai agama yang mayoritas (Syafira et al., 2020). Indonesia diakui secara global sebagai salah satu negara dengan demografi Muslim terbesar berdasarkan data statistik populasi. Menurut data dari *World Population Review*, Indonesia memegang posisi kedua dengan populasi Muslim tertinggi secara global, dengan total sekitar 279 juta orang pada 2024 (Harahap, 2024). Seorang muslim memiliki kewajiban untuk mengeluarkan zakat yang merupakan bagian dari penyempurnaan rukun Islam yang keempat (Suryani & Fitriani, 2022). Zakat merupakan pondasi rukun Islam yang keempat. Perintah yang berkaitan dengan zakat ditemukan berjumlah 30 kali dalam al-Qur'an (Harahap, 2024).

Syariat Islam membagi zakat menjadi dua kategori, yaitu zakat fitrah dan zakat mal (Aziz et al., 2022). Zakat ini memiliki hikmah dan manfaat yang tidak hanya untuk pemberi zakat (muzakki), penerima manfaat (mustahik) dan harta yang dizakati, tetapi juga untuk kesejahteraan masyarakat (Hamzah & Kurniawan, 2020). Zakat menjadi salah satu elemen fundamental dalam Islam yang mendorong umat Muslim untuk berbagi kekayaan mereka dengan sesama. Upaya untuk memenuhi kewajiban zakat ini, berbagai lembaga keuangan dan yayasan telah berperan dalam menyalurkan zakat dari muzakki kepada mustahik (Agustinar et al., 2023).

Pada tahun 2021 zakat digital menjadi tren positif dikalangan milenial, sekitar 70% kontributor zakat digital berusia 25-44 tahun mengalokasikan donasi mereka ke BAZNAS. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan keuntungan yang diberikan, di mana muzakki diberi kesempatan untuk memilih lembaga yang bertanggung jawab untuk mendistribusikan zakat mereka tanpa perlu kehadiran fisik. (Ayuningtias et al., 2024).

Berdasarkan temuan yang dilakukan oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS terkait dengan pengumpulan zakat nasional periode 2018 – 2023 menunjukkan tren

positif (Gambar 1.1). Hal tersebut menandakan bahwa realisasi pengumpulan zakat hampir setiap tahunnya mengalami peningkatan (BAZNAS, 2024).



Gambar 1.1. Pengumpulan Zakat Nasional Tahun 2018 – 2023 Semester I

Sumber: *Outlook Zakat Indonesia 2024*

Berdasarkan grafik data tersebut dapat diketahui pada tahun 2018 pengumpulan zakat nasional berjumlah 8,12 triliun. Kemudian pada tahun 2022, pengumpulan zakat nasional mencapai 22,48 triliun dan di tahun 2023 semester I mencapai 33,00 triliun. Fenomena peningkatan realisasi pengumpulan zakat nasional menggambarkan bahwa performa lembaga zakat terus membaik disertai dengan peningkatan kesadaran masyarakat untuk menjalankan kewajiban membayar zakat melalui lembaga resmi (BAZNAS, 2024).

Munculnya revolusi Industri 4.0 telah menghadirkan teknologi digital yang mewakili inovasi baru bagi seluruh umat manusia. Teknologi digital memberikan pengaruh besar pada perilaku manusia, mengarahkannya menuju digitalisasi di hampir semua dimensi keberadaan (Hafizah & Muhaimin, 2023). Teknologi digital telah banyak dikembangkan oleh lembaga zakat dalam proses penghimpunan dana zakat. (Nawaf & Sari, 2023). Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) telah memperkenalkan layanan zakat digital untuk memberikan fasilitas pembayaran zakat, infak dan sedekah dengan perantara *e-money* (Widowati & Putri, 2024). Transformasi digital ini menawarkan berbagai kemudahan, mulai dari aksesibilitas yang lebih luas, efisiensi

waktu, hingga meningkatkan kualitas hidup (Suriyati et al., 2025). Hasil riset ini memperlihatkan potensi besar bagi pembayaran zakat digital sebagai solusi untuk meningkatkan kontribusi masyarakat dalam memenuhi kewajiban membayar zakat. Dengan adanya sistem pembayaran zakat digital, diharapkan semakin banyak muzakki yang terdorong untuk menunaikan zakatnya secara lebih praktis.

Dalam konteks Akuntansi Syariah, zakat memiliki peran strategis dalam menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada pengelolaan keuangan. Menurut Djamil, 2023 Akuntansi Syariah menekankan pada keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam melaksanakan transaksi bisnis dan keuangan. Prinsip transparansi dan akuntabilitas menjadi elemen utama dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap lembaga amal zakat (Akbar et al., 2024). Standar akuntansi syariah, seperti PSAK 109 tentang Akuntansi Zakat dan Infak/Sedekah, mengatur bagaimana lembaga zakat harus mencatat dan melaporkan dana yang diterima serta didistribusikan agar sesuai dengan ketentuan syariah dan dapat diaudit secara profesional (Kabib, Al Umar, et al., 2021). Namun, dalam praktiknya masyarakat cenderung memilih untuk membayar zakat secara langsung kepada muzakki yang dinilai membutuhkan, ataupun menyalurkannya ke masjid terdekat (Octujuwanda & Akbar, 2022). Meskipun teknologi digital semakin berkembang, minat masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam menggunakan zakat digital masih menjadi perhatian dan perlu dikaji lebih lanjut.

UMKM sebagai pelaku usaha yang produktif dan memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional dan daerah (Foeh, 2022). Menurut data dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang tahun 2023, jumlah UMKM kota Malang sebanyak 29.058. Berikut ini rincian jumlah UMKM dalam setiap kecamatan.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kota Malang Tahun 2023

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1.	Blimbing	5.347
2.	Klojen	3.850
3.	Kedungkandang	4.402
4.	Sukun	6.011
5.	Lowokwaru	9.448
Total		29.058

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Pentingnya bagi pelaku UMKM yang memiliki pendapatan yang telah mencukupi untuk dikeluarkannya zakat harta mereka (S. W. B. Ginting, 2024). UMKM tentunya memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi zakat. Namun, diperlukan pemahaman preferensi, nilai-nilai, dan perilaku individu untuk memaksimalkan potensi ini.

Minat membayar zakat digital adalah suatu dorongan atau keinginan muzakki untuk berzakat melalui platform digital. Menurut Anggraini dan Indrarini (2022) minat membayar zakat digital adalah kesiapan atau kecenderungan muzaki untuk memenuhi kewajiban zakat dan sumbangan amal sukarela melalui media digital, organisasi manajemen zakat, entitas *crowdfunding*, atau berbagai lembaga filantropi. Sementara Minat pelaku UMKM terhadap penerapan zakat digital dapat dinilai dengan menggunakan kerangka teoritis yang menjelaskan tingkat penerimaan dan pemanfaatan inovasi teknologi. Penelitian ini menggunakan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dan TPB (*Theory Planned Behaviour*). Menurut Kabib, Al Umar, et al. (2021), TPB sesuai untuk menjelaskan berbagai perilaku yang membutuhkan perencanaan.

Teori TAM yang dikembangkan oleh Davis F.D tahun 1989, menjelaskan bahwa adopsi suatu teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakannya (Caroline & Hastuti, 2021). Dalam TAM, penerimaan terhadap teknologi informasi bergantung pada keinginan individu untuk menggunakannya.

Keinginan individu ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Ilmi et al., 2020).

Teori TPB merupakan pengembangan dari teori TRA (*Theory Reasoned Action*) oleh Ajzen pada tahun 1991 (Sodik et al., 2022). TPB adalah teori perilaku terencana menggambarkan cara di mana niat individu untuk terlibat dalam perilaku tertentu (misalnya, pemanfaatan teknologi) yang dibentuk oleh tiga faktor penting: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Wicaksono, 2022). Sehubungan dengan hal tersebut di atas, perlu untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor penentu yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menyalurkan harta mereka melalui platform digital.

Faktor pertama yaitu faktor literasi zakat. Literasi zakat dipahami sebagai kemampuan individu untuk membaca, memahami, mengukur, dan mengambil informasi yang berkaitan dengan zakat. Hal ini pada akhirnya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kewajiban untuk berkontribusi pada zakat (Azhar et al., 2023). Literasi zakat menjadi aspek penting karena pemahaman yang baik mengenai zakat dapat mendorong kesadaran dan kepatuhan dalam membayar zakat (Octujuwanda & Akbar, 2022). Kurangnya pemahaman mengenai zakat, baik dalam aspek hukum maupun teknis pembayaran, dapat menjadi kendala dalam adopsi zakat digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian Widowati dan Putri (2024) yang menemukan bahwa minat untuk membayar zakat digital dipengaruhi oleh literasi zakat. Sedangkan penelitian menurut Anggraini dan Indrarini (2022), literasi tidak berpengaruh terhadap minat untuk membayar zakat digital, karena tingkat literasi zakat secara keseluruhan dalam masyarakat masih dasar, serta faktor-faktor sosial budaya yang sebagian besar mendukung metode transaksional tradisional.

Faktor kemudahan dalam menggunakan layanan digital juga menjadi elemen penting yang mempengaruhi minat pengguna dalam beralih ke pembayaran zakat digital (Khansa et al., 2024). Menurut Ramadhani dan Hapsari (2022), persepsi kemudahan ini adalah berkaitan dengan keyakinan individu bahwa pemanfaatan

teknologi kontemporer mudah dan dapat dipahami, sehingga mengurangi kesulitan yang dirasakan. Tingkat kemudahan penggunaan sebuah platform berbanding lurus dengan kemungkinan pengguna untuk berpartisipasi dalam sistem tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Widowati dan Putri (2024), yang menemukan bahwa faktor kemudahan berpengaruh terhadap minat untuk membayar zakat digital. Sedangkan penelitian oleh Wa'adarrahmah dan Haris (2024) dan Fadhil dan Sari (2022), mereka menemukan bahwa faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat digital.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat serta transparansi dalam pengelolaan dana zakat juga menjadi elemen yang menentukan keberlanjutan dan efektivitas sistem zakat digital (Azizah et al., 2021). Sesady dan Rasyid (2019), mendefinisikan kepercayaan sebagai harapan dari masyarakat di mana setiap anggota bertindak dengan keteraturan, kejujuran, dan kerja sama sesuai dengan standar. Kepercayaan ini dapat dipengaruhi oleh integritas kinerja lembaga dalam mengelola dana zakat, mendistribusikan harta, administrasi, pengawasan, serta memberikan pertanggungjawaban atas penggunaan dana zakat (Anggraini & Indrarini, 2022). Jika masyarakat merasa percaya bahwa zakat yang mereka bayarkan dipergunakan dengan baik, maka mereka akan lebih terdorong untuk memanfaatkan layanan zakat digital. Hasil penelitian oleh A. S. Ginting dan Dahrani (2024) menunjukkan adanya hubungan antara kepercayaan dengan keinginan membayar zakat secara digital. Sedangkan, penelitian Wa'adarrahmah dan Haris (2024) menemukan bahwa kepercayaan tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat individu dalam pembayaran zakat melalui saluran digital.

Prinsip transparansi dan akuntabilitas menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat (Akbar et al., 2024). Transparansi artinya kebijakan, mekanisme, regulasi lembaga bersifat jelas dalam pengelolaan zakat yang bertujuan untuk memastikan keterbukaan serta membangun kepercayaan terhadap kompetensi dan kejujuran lembaga (Kabib, Ulil Albab Al Umar, et al., 2021). Jika lembaga zakat tidak menerapkan sistem yang terbuka dan dapat

dipertanggungjawabkan, maka dapat menghambat partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat digital. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kharisma dan Jayanto (2021), hasil temuannya menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat membayar zakat digital. Sedangkan, hasil penelitian oleh Rachmawati dan Canggih (2023), hasil temuannya menunjukkan transparansi tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat digital.

Selain faktor-faktor tersebut, religiusitas individu juga berperan sebagai faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan masing-masing individu dalam membayar zakat secara digital (Syafira et al., 2020). Religiusitas adalah tingkat pengetahuan, keyakinan, ibadah, dan penghayatan seseorang (Syihabudin & Najmudin, 2023). Pemahaman seseorang tentang prinsip-prinsip syariah, khususnya mengenai sifat wajib zakat, secara signifikan mempengaruhi religiusitas mereka dalam konteks penerbitan zakat (Ningsih, 2022). Oleh karena itu, tingkat religiusitas seseorang akan berpengaruh pada besarnya tingkat kecenderungan seseorang untuk menjalankan kewajiban zakat, termasuk dalam memanfaatkan platform zakat digital sebagai metode pembayaran. Hal ini diperkuat oleh penelitian Aristyanto dan Edi (2023) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zakat digital. Sebaliknya, hasil penelitian Nawaf dan Sari (2023), yang menemukan bahwa tingkat religiusitas tidak mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zakat digital.

Kajian mendasar tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat melalui teknologi digital telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya dan memberikan hasil yang beragam. Penelitian ini melakukan pengujian ulang pada variabel literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi dan religiusitas terhadap minat pembayaran zakat digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggabungkan lima faktor yang belum pernah diteliti secara bersama-sama dan mengambil objek pelaku UMKM yang berlokasi di Kota Malang sebagai keterbaruan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini mengangkat judul **“Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi dan Religiusitas**

Terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Studi UMKM di Kota Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi zakat berpengaruh terhadap minat dalam pembayaran zakat digital?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam pembayaran zakat digital?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam pembayaran zakat digital?
4. Apakah transparansi berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat digital?
5. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat digital?
6. Apakah literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat dalam pembayaran zakat digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi zakat terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.
4. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.

6. Untuk mengetahui pengaruh literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi, dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat dalam pembayaran zakat digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi kemajuan pengetahuan akuntansi syariah dan pengelolaan zakat. Dengan menganalisis pengaruh literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi, dan religiusitas terhadap minat dalam pembayaran zakat digital, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang mengkaji dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Lembaga Zakat

Hasil penelitian ini menyediakan wawasan bermanfaat yang dapat dimanfaatkan oleh lembaga pengelola zakat untuk merancang strategi pemasaran dan program edukasi yang lebih tepat sasaran. Pemahaman mendalam tentang elemen-elemen yang mempengaruhi kecenderungan pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan zakat digital memungkinkan lembaga menciptakan program yang lebih selaras dengan kebutuhan spesifik dan keinginan target audien mereka.

- b) Bagi UMKM

Penelitian ini dapat membantu UMKM untuk lebih memahami faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan mereka dalam membayar zakat secara digital. Pemahaman yang baik mampu membantu UMKM dalam menentukan keputusan yang lebih informatif dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi UMKM dalam membayar zakat secara digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembayaran zakat melalui platform digital semakin populer seiring dengan perkembangan teknologi. Namun, faktor-faktor penentu yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membayar zakat secara digital masih perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian-penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor yang relevan. Memahami penelitian terdahulu, dapat digunakan untuk mengetahui pemahaman terkait topik ini dan dapat menambah nilai baru ke dalam literatur yang ada. Berikut ini rangkuman dari penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

N o	Nama	Judul	Tahun	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Novelia Dewi Widowati, Rizky Nur Ayuningtyas Putri	“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen)”.	2024	Variabel Independen (X): “Literasi ZIS, Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan”. Variabel Dependen (Y): ”Membayar ZIS pada platform digital”.	Metode <i>Explanatory Research</i>	Secara parsial, variabel literasi ZIS, religiusitas, dan kemudahan merupakan faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat membayar ZIS pada platform digital, namun kepercayaan dan keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Kemudian secara simultan, semua variabel menjadi factor yang memberikan pengaruh terhadap minat membayar ZIS di platform digital.

2	Adam Septyo Ginting dan Dahrani	“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzzaki dalam Pembayaran Zakat Online pada LAZNAS Djalaluddin Pane Faoundation (DPF) Kota Medan”	2024	Variabel Independen (X): “Transparansi, Kepercayaan”. Variabel Dependen (Y): “Minat Muzzaki”.	Analisis Regresi Linier	Variabel transparansi dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan, merupakan faktor yang memberikan pengaruh positif terhadap minat muzzaki dalam pembayaran zakat secara online.
3	Rahayu Japar dan Abdul Wahab	“The Influence of ZIS Literacy and Trust on The Decision to Channel ZIS Through Digital Payment at LAZISMU in Makassar City”.	2024	Variabel Independen (X): ”Literasi ZIS, Tingkat Kepercayaan”. Variabel Dependen (Y): “Pembayaran Digital”.	Analisis SEM-PLS (<i>Partial Least Square – Structural Equation Model</i>)	Variabel literasi dan kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan penyaluran ZIS melalui pembayaran digital.
4	Wa’adarr ahmah dan Abdul Haris	“Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital”.	2024	Variabel Independen (X): “Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Kepercayaan, Referensi Kelompok”. Variabel Dependen (Y): ”Niat, Perilaku Pengguna”.	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan merupakan factor penting yang mempengaruhi secara signifikan terhadap sikap seseorang untuk melakukan pembayaran ZIS secara digital. Sikap, norma subjektif, dan referensi kelompok juga merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk melakukan pembayaran ZIS secara digital. Sementara variabel kontrol perilaku, kepercayaan, persepsi kegunaan dan kemudahan tidak menjadi factor yang

						mengindikasikan adanya pengaruh terhadap niat tersebut.
5	Novi Febriyanti, Ragil Satria Wicaksana, Alia Jihan Sahira, Achmad Budi Susetyo, Rahmad Nursyahidin, Nuriya Luthfiana	“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Membayar Zakat Secara Online”.	2024	Variabel Independen (X): “Literasi Zakat, Literasi Digital, Persepsi Manfaat/ <i>Perceived Usefulness</i> , Persepsi Kemudahan/ <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Compromise Effect</i> ”. Variabel Dependen (Y): “Keputusan Membayar Zakat Profesi secara Digital”.	Struktural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)	Variabel literasi zakat, literasi digital, persepsi kenyamanan, dan komitmen menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membayar zakat profesi melalui sistem pembayaran zakat digital, sementara variabel persepsi manfaat tidak menjadi factor yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut.
6	Erwan Aristyanto dan Agus Sarwo Edi	“Optimization of Zakat Receiving Through the Digital Platform at the Zakat Management Foundation in Surabaya”.	2024	Variabel Independen (X): “Religiusitas, Kualitas”. Variabel Dependen (Y): “Minat, Keputusan”.	Analisis Regresi Linier Berganda	Secara parsial, variabel tingkat religiusitas dan kualitas layanan menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam pembayaran zakat melalui platform digital
7	Obit Dwi Pratama, Mustafa Kamal Rokan, Nurul Inayah	“Pengaruh Brand Awareness, Tingkat Kepercayaan, Transparansi, Akuntabilitas Dan Tingkat Pendapatan Generasi Milenial Terhadap Pembayaran Zakat Melalui	2024	Variabel Independen (X): “Brand Awareness, Tingkat Kepercayaan, Transparansi, Akuntabilitas, Tingkat Pendapatan”. Variabel Dependen (Y):	Analisis Regresi Linier Berganda	Secara parsial, variabel brand awareness dan tingkat kepercayaan menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap persepsi pembayaran zakat generasi milenial melalui Lembaga BAZNAS secara online. Sedangkan variabel

		Lembaga Baznas Secara Online (Studi Pada Generasi Milenial Sumatera Utara)".		"Pembayaran Zakat Online".		transparansi, akuntabilitas, dan tingkat pendapatan tidak menjadi factor yang menunjukkan pengaruh signifikan. Sementara secara simultan, semua variabel menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap persepsi pembayaran zakat generasi milenial melalui Lembaga BAZNAS secara online.
8	Zhenika Devi Ayuningtias, Syihan Maulaya Syaharani, Nurul Hikmah Maulidah, Hasna Hamidatul Haq, Diamantin Rohadatul Aisy	"Tingkat Literasi Zakat pada Mahasiswa terhadap Minat Pembayaran Zakat Era Digital".	2024	Variabel Independen (X): "Literasi Zakat". Variabel Dependen (Y): "Minat Membayar Zakat".	Struktural Equation Model (SEM)	Variabel literasi zakat menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam pembayaran zakat digital.
9	Laela Nur Rachmawati dan Clarashinta Canggih	"Determinants of Generation Z in Paying Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) Online in the City of Surabaya".	2023	Variabel Independen (X): "Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Risiko, Akuntabilitas, Transparansi". Variabel Dependen (Y): "Minat Membayar ZIS Online".	Analisis SEM-PLS	Variabel kegunaan, kenyamanan, risiko, dan transparansi tidak menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat Gen Z untuk melakukan pembayaran ZIS secara online, sedangkan variabel akuntabilitas menjadi faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat tersebut.

10	Munir dan Rimi Gusliana Mais	“Determinan Keputusan Pembayaran Zakat Muzakki Milenial Berbasis <i>Fintech</i> ”.	2023	Variabel Independen (X): ”Kepercayaan, Transparansi, Literasi”. Variabel Dependen (Y): “Keputusan Membayar Zakat”.	Regresi Linier Berganda	Variabel kepercayaan merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan untuk melakukan pembayaran zakat secara online, sedangkan transparansi dan literasi tidak menjadi factor yang mempengaruhi keputusan tersebut.
11	Syahrulloh Nawaf dan Risti Lia Sari	“Faktor Preferensi dan Minat Masyarakat Terhadap Transformasi Digital Pengelolaan Zakat dalam Membayar Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> ”.	2023	Variabel Independen (X): ”Pengetahuan, Faktor Sosial, Religiusitas, Kredibilitas Lembaga, Preferensi”. Variabel Dependen (Y): “Minat”.	<i>Structural Equation Model Partial Least Square</i> (PLS)	Variabel pengetahuan, faktor sosial, dan kredibilitas lembaga merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap preferensi dan minat masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat melalui <i>digital fundraising</i> , sedangkan variabel religiusitas merupakan factor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk membayar zakat secara digital, namun tidak signifikan. Sementara variabel preferensi merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui layanan <i>digital fundraising</i> .
12	Ulfa Nabilah dan Ajeng	“Preferensi Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah di	2023	Variabel Independen (X): ”Reputasi LAZ, Program Penyaluran ZIS,	Analisis Regresi Logistik	Secara parsial, reputasi LAZ dan metode pembayaran ZIS digital merupakan factor

	Kartika Galuh	Lembaga Amil Zakat Melalui Pembayaran Digital”.		Kemudahan, Metode Pembayaran Digital”. Variabel Dependen (Y): “Keputusan Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Melalui Pembayaran Digital”.		yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan untuk melakukan pembayaran ZIS di LAZ melalui platform digital, sementara kemudahan merupakan factor yang mempengaruhi keputusan tersebut tetapi tidak signifikan. Sebaliknya, program penyaluran ZIS merupakan factor yang mempengaruhi secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan tersebut. Kemudian secara simultan, semua variabel merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan muzakki untuk membayar ZIS di LAZ melalui platform digital.
13	Yuanita Nur Anggraini dan Rachma Indrarini	“Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo”.	2022	Variabel Independen (X): “Literasi Zakat, Kepercayaan”. Variabel Dependen (Y): “Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital”.	Regresi Linier Berganda	Secara parsial, variabel literasi zakat tidak menjadi factor yang mempengaruhi minat membayar zakat melalui zakat digital, sedangkan kepercayaan merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat tersebut. Kemudian secara simultan, semua variabel merupakan factor yang secara bersama-sama mempengaruhi minat membayar

						zakat melalui zakat digital.
14	Fathya Fikri dan Ibrahim Kholilul Rohman	“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai”.	2022	Variabel Independen (X): “Sikap, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan”. Variabel Dependen (Y): “Keputusan Membayar Zakat Non Tunai”.	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Variabel persepsi kegunaan dan persepsi pengguna merupakan factor yang mempengaruhi keputusan namun tidak signifikan. Sementara variabel sikap merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan.
15	Muhammad Fadhil dan Lili Puspita Sari	“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan GoPay”.	2022	Variabel Independen (X): “Kemudahan, Kesadaran Merek, Religiusitas”. Variabel Dependen (Y): “Minat Membayar ZIS Menggunakan GoPay”.	Regresi Linier Berganda	Secara parsial, variabel kemudahan tidak menjadi factor yang mempengaruhi minat membayar ZIS menggunakan GoPay. Sebaliknya, variabel kesadaran merek dan religiusitas merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat tersebut. Kemudian secara simultan, semua variabel merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.
16	Nurul Zaeni, Moh. Mukhsin, dan Muhammad Abduh	“Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada BAZNAS di Provinsi Banten”.	2022	Variabel Independen (X): “Literasi Zakat, Kepercayaan”. Variabel Dependen (Y): “Minat Membayar”.	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel literasi zakat dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan, merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat membayar zakat melalui platform digital.

17	Erwan Aristyanto dan Agus Sarwo Edi	“Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Layanan Terhadap Minat dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital pada Yayasan Pengelola Zakat di Surabaya”.	2022	Variabel Independen (X): “Religiusitas, Kualitas Pelayanan”. Variabel Dependen (Y): “Minat, Keputusan”.	Analisis Regresi Berganda	Variabel religiusitas dan pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat dan keputusan masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat melalui platform digital.
18	Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto	“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah”.	2021	Variabel Independen (X): “Kegunaan, Keamanan, Akuntabilitas, Transparansi”. Variabel Dependen (Y): “Minat Menggunakan E-Zakat”.	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Variabel kegunaan dan transparansi merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan E-Zakat. Sebaliknya, variabel risiko justru menjadi factor negatif terhadap minat tersebut. Sementara akuntabilitas tidak menjadi factor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan E-Zakat.
19	Nur Azizah, Sahlan Hasbi, Fitri Yetty	“Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di Kitabisa.com”.	2021	Variabel Independen (X): “ <i>Brand Awareness</i> , Transparansi, Kepercayaan”. Variabel Dependen (Y): “Keputusan Menyalurkan ZIS”.	Regresi Linier Berganda	Variabel brand awareness, transparansi dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan, merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan dalam penyaluran ZIS di Kitabisa.com.

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
1	“Novelia Dewi Widowati, Rizky Nur Ayuningtyas Putri (2024)”.	• Menggunakan 4 variabel independen (X) yang sama yaitu literasi zakat, kemudahan, kepercayaan dan religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat membayar zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif dan alat SPSS	• Menggunakan variabel independen (X) keamanan • Objek penelitian muzaki kabupaten Sragen • Menggunakan analisis data explanatory research	• Menggunakan variabel independen transparansi • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
2	“Adam Septyo Ginting dan Dahrani (2024)”.	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kepercayaan dan transparansi • Menggunakan variabel dependen (Y) minat membayar zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif, analisis regresi linier berganda dan alat SPSS	• Objek penelitian muzaki LAZNAS DPF Kota Medan	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan, religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang
3	“Rahayu Japar dan Abdul Wahab (2024)”.	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu literasi zakat dan kepercayaan • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel dependen (Y) keputusan pembayaran digital • Objek penelitian muzaki LAZISMU Kota Makasar • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X) kemudahan, transparansi, religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
4	“Wa’adarrahmah dan Abdul Haris (2024)”.	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kemudahan dan kepercayaan	• Menggunakan variabel dependen (Y) niat • Objek penelitian masyarakat di pulau Jawa.	• Menggunakan variabel independen (X), literasi zakat, transparansi, dan religiusitas

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
		Menggunakan metode kuantitatif	Menggunakan analisis data SEM PLS	- Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital - Objek penelitian UMKM di Kota Malang - Menggunakan analisis data regresi linier berganda
5	“Novi Febriyanti, Ragil Satria Wicaksana, Alia Jihan Sahira, Achmad Budi Susetyo, Rahmad Nursyahidin, Nuriya Luthfiana (2024)”.	- Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu literasi zakat dan kemudahan - Menggunakan metode kuantitatif	- Menggunakan variabel dependen (Y) keputusan membayar zakat profesi secara digital - Objek penelitian muzakki yang membayar zakat profesi - Menggunakan analisis data SEM PLS	- Menggunakan variabel independen (X) kepercayaan, transparansi, dan religiusitas - Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital - Objek penelitian UMKM di Kota Malang - Menggunakan analisis data regresi linier berganda
6	“Erwan Aristyanto dan Agus Sarwo Edi (2024)”.	- Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu religiusitas - Menggunakan variabel dependen (Y) minat - Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	- Menggunakan variabel independen (X) kualitas - Objek penelitian seluruh masyarakat Surabaya yang membayar zakat melalui platform digital	- Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan kepercayaan, dan transparansi - Objek penelitian UMKM di Kota Malang
7	“Obit Dwi Pratama, Mustafa Kamal Rokan, Nurul Inayah (2024)”.	- Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kepercayaan dan transparansi - Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	- Menggunakan variabel independen (X) brand awareness, akuntabilitas, tingkat pendapatan - Menggunakan variabel dependen (Y) Pembayaran zakat online - Objek penelitian Generasi Milenial Sumatera Utara	- Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan dan religiusitas - Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital - Objek penelitian UMKM di Kota Malang

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
8	“Zhenika Devi Ayuningtias, Syihan Maulaya Syaharani, Nurul Hikmah Maulidah, Hasna Hamidatul Haq, Diamantin Rohadatul Aisy (2024)”.	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu literasi zakat • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel dependen (Y) minat membayar zakat • Objek penelitian mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X) kemudahan, kepercayaan, transparansi dan religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
9	“Laela Nur Rachmawati dan Clarashinta Canggih (2023)”.	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kemudahan dan transparansi • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel independen (X) kegunaan, risiko, akuntabilitas • Objek penelitian Gen Z Kota Surabaya • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X), literasi zakat, kepercayaan, dan religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
10	“Munir dan Rimi Gusliana Mais (2023)”.	• Menggunakan 3 variabel independen (X) yang sama yaitu literasi zakat, kepercayaan, transparansi • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Menggunakan variabel dependen (Y) keputusan membayar zakat • Objek penelitian generasi milenial	• Menggunakan variabel independen (X) kemudahan dan religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang
11	“Syahrulloh Nawaf dan Risti Lia Sari (2023)”.	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat Membayar Zakat Melalui Digital eFundraising • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel independen (X) pengetahuan, faktor sosial, kredibilitas lembaga, preferensi • Objek penelitian muzaki di wilayah kabupaten tegal • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan, kepercayaan dan transparansi • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
12	"Ulfa Nabilah dan Ajeng Kartika Galuh (2023)".	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu kemudahan • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel independen (X) Reputasi LAZ, Program Penyaluran ZIS, Metode Pembayaran Digital • Menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah • Objek penelitian warga negara Indonesia • Menggunakan analisis data Regresi Logistik	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kepercayaan, transparansi dan religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
13	"Yuanita Nur Anggraini dan Rachma Indrarini (2022)".	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu Literasi Zakat dan Kepercayaan • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Objek penelitian masyarakat Kabupaten Sidoarjo	• Menggunakan variabel independen (X) kemudahan, transparansi dan religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang
14	"Fathya Fikri dan Ibrahim Kholilul Rohman (2022)".	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu kemudahan • Menggunakan metode penelitian kuantitatif	• Menggunakan variabel independen (X) Sikap dan Persepsi Kegunaan • Menggunakan variabel dependen (Y) keputusan membayar zakat non tunai • Objek penelitian masyarakat umum • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kepercayaan, transparansi dan religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda
15	"Muhamma d Fadhil dan Lili Puspita Sari (2022)".	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kemudahan dan religiusitas	• Menggunakan variabel independen (X) Kesadaran Merek	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kepercayaan, transparansi

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
		• Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Objek penelitian masyarakat Jabodetabek	• Objek penelitian UMKM di Kota Malang
16	"Nurul Zaeni, Moh.Mukhsin, Muhammad Abduh (2022)".	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu Literasi Zakat dan Kepercayaan • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Objek penelitian masyarakat Provinsi Banten	• Menggunakan variabel independen (X) kemudahan, transparansi dan religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang
17	"Erwan Aristyanto dan Agus Sarwo Edi (2022)".	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan • Menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan • Objek penelitian yayasan pengelola zakat di surabaya	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan, kepercayaan dan transparansi • Objek penelitian UMKM di Kota Malang
18	"Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto (2021)".	• Menggunakan 1 variabel independen (X) yang sama yaitu transparansi • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Menggunakan metode kuantitatif	• Menggunakan variabel independen (X) Kegunaan, Keamanan, Akuntabilitas • Objek penelitian pegawai/Amil Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kota Semarang • Menggunakan analisis data SEM PLS	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan, kepercayaan dan religiusitas • Objek penelitian UMKM di Kota Malang • Menggunakan analisis data regresi linier berganda

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
19	“Nur Azizah, Sahlan Hasbi, Fitri Yetty (2021)”.	• Menggunakan 2 variabel independen (X) yang sama yaitu kepercayaan dan transparansi • Menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier berganda, dan alat SPSS	• Menggunakan variabel independen (X) Brand Awareness • Menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menyalurkan ZIS di Kitabisa.com • Objek penelitian masyarakat Jabodetabek	• Menggunakan variabel independen (X) literasi zakat, kemudahan dan religiusitas • Menggunakan variabel dependen (Y) minat pembayaran zakat digital • Objek penelitian UMKM di Kota Malang

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teory TAM

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang ditemukan oleh Davis F.D (1989), sebuah model yang memberikan penjelasan tentang bagaimana individu dapat menerima dan memanfaatkan teknologi dengan lebih mudah (Caroline & Hastuti, 2021). Penerimaan suatu teknologi informasi dalam TAM, sangat dipengaruhi oleh niat individu untuk menggunakannya. Niat ini terbentuk dari dua factor utama, yakni persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi (Ilmi et al., 2020). Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah dan dipahami tanpa kesulitan. Sedangkan, persepsi manfaat merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat dengan usaha yang minimal (Alwahidin & Muin, 2022).

Secara psikologis, teori TAM juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendasari perilaku individu dalam menggunakan teknologi, yaitu kepercayaan, sikap, keinginan, hubungan perilaku pengguna. Teori TAM dapat menjelaskan pengaruh variabel kemudahan terhadap minat membayar zakat digital. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan sistem pembayaran zakat digital akan

meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan bagi pelaku UMKM Kota Malang. Persepsi ini selanjutnya akan berdampak pada penerimaan dan penggunaan sistem.

2.2.2 Teory TPB

Theory of Planned Behaviour (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1991 merupakan suatu teori penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Sodik et al., 2022). TPB merupakan teori yang menerangkan bahwa niat individu dalam bertindak laku, termasuk dalam penggunaan teknologi, dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Wicaksono, 2022). Teori ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor utama yang menentukan perilaku manusia. TPB menegaskan bahwa niat individu (*behavior intention*) berperan sebagai faktor utama yang mempengaruhi perilaku seseorang (Arwin et al., 2022). Oleh karena itu, TPB juga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana variabel literasi zakat, kepercayaan, transparansi dan religiusitas mempengaruhi minat individu dalam membayar zakat secara digital.

Literasi zakat dapat membentuk sikap positif terhadap pembayaran zakat digital, yang selanjutnya akan meningkatkan niat dan perilaku untuk menggunakannya. Kepercayaan dapat membentuk sikap positif pelaku UMKM terhadap pembayaran zakat digital. Selain itu, kepercayaan juga dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku mereka, yang selanjutnya akan mendorong niat dan perilaku pembayaran zakat digital. Transparansi dapat membentuk sikap positif pelaku UMKM terhadap pembayaran zakat digital.

Selain itu, transparansi juga dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku mereka, yang selanjutnya akan mendorong niat dan perilaku pembayaran zakat digital. Religiusitas yang tinggi dapat membentuk norma subjektif yang mendorong pelaku UMKM untuk membayar zakat digital. Selain itu, religiusitas juga dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku mereka, yang selanjutnya akan mendorong niat dan perilaku pembayaran zakat digital.

2.2.3 Minat Membayar Zakat

Secara etimologis, istilah "minat" berasal dari konsep perhatian dan kecenderungan hati seseorang terhadap suatu keinginan. Sedangkan menurut terminologi, minat merupakan suatu aspek mental yang dibentuk oleh perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lainnya yang mendorong seseorang untuk memilih sesuatu. Minat juga dapat diidentifikasi sebagai ketertarikan emosional seseorang terhadap suatu objek atau aktivitas (Kartika, 2020). Selain itu, minat diartikan sebagai perasaan suka atau ketertarikan yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian dan mengambil tindakan terhadap individu, situasi, atau aktivitas tertentu (Fadhil & Sari, 2022). Menurut Mubarak & Safitri (2022) minat dibentuk oleh keinginan dan kemauan, yang selanjutnya berkembang menjadi dorongan untuk bertindak.

Berdasarkan penjelasan diatas maka minat dalam konteks membayar zakat adalah suatu kecenderungan yang kuat terhadap sesuatu hal. Minat muncul karena adanya ketertarikan, keinginan, dan harapan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Penelitian ini menggunakan minat untuk mengukur tingkat ketertarikan dan keinginan pelaku UMKM dalam membayar zakat. Ketertarikan seorang Muzakki ketika membayar zakat akan berbeda dari orang satu ke orang lainnya. Menurut (Pakpahan & Fadli, 2021) minat membayar zakat dapat diukur beberapa indikator utama, yaitu stimulus dalam diri individu, motif sosial dan tingkat emosional.

2.2.4 Zakat

Zakat secara bahasa berarti suci dan subur. Sedangkan dalam istilah, zakat merupakan kewajiban untuk mengeluarkan sebagian harta sebagai shadaqah wajib kepada mereka yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan hukum Islam (Hidayat & Mukhlisin, 2020). Dalam ajaran Islam, umat diperintahkan untuk menunaikan zakat serta berbagi harta bagi yang mampu kepada yang membutuhkan melalui infak dan sedekah (Sarvianto, 2021). Zakat merupakan rukun Islam keempat. Perintah terkait zakat disebutkan dalam al-Qur'an sebanyak 30 kali (Harahap, 2024).

Kewajiban membayar zakat memiliki landasan yang berasal dari Al-Quran dan Hadist. Beberapa ayat yang menegaskan kewajiban zakat terdapat dalam Surat Al-Baqarah ayat 43, Surat At-Taubah ayat 103, dan Surat Al-An'am ayat 141 (Rahmawati et al., 2023).

Q.S Al-Baqarah: 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya: “Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk”.

Q.S At-Taubah: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

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”.

Q.S. Al-An'am: 141

وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوفَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوفَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْثَرًا وَالزَّيْتُونَ وَالرَّيْحَانِ مُمْتَلِئًا وَغَيْرَ مُمْتَلِئٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿١٤١﴾

Artinya: “Dialah yang menumbuhkan tanaman-tanaman yang merambat dan yang tidak merambat, pohon kurma, tanaman yang beraneka ragam rasanya, serta zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak serupa (rasanya). Makanlah buahnya apabila ia berbuah dan berikanlah haknya (zakatnya) pada waktu memetik hasilnya. Akan tetapi, janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

2.2.5 Zakat Digital

Digitalisasi adalah fenomena sosioteknis yang melibatkan adopsi teknologi digital oleh individu, organisasi, dan masyarakat secara luas. *Financial technology*

(*fintech*) merupakan salah satu bentuk digitalisasi dalam sistem ekonomi dan keuangan (Musta'anah et al., 2023). Konsep zakat digital merupakan sebuah inovasi yang signifikan dalam pengumpulan, distribusi, dan pengelolaan zakat dengan memanfaatkan teknologi digital (Muhdlor, 2023). Melalui zakat digital, memungkinkan individu untuk menunaikan zakat dengan lebih praktis dan efisien, dan lembaga zakat dapat mengelola dana yang diterima dengan lebih optimal. Oleh karena itu, zakat digital semakin mendapat perhatian sebagai salah satu solusi penting dalam rangka meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat (Farid et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi, banyak Lembaga Amil Zakat (LAZ) mulai merealisasikan sistem zakat digital karena menyediakan berbagai kemudahan bagi muzakki dan lembaga itu sendiri. Menurut Mauludin & Herianingrum (2022) zakat digital memiliki beberapa keunggulan utama:

1. Meningkatkan pembayaran zakat oleh muzakki kepada LAZ.
2. Memudahkan LAZ dalam menghimpun zakat, serta memberikan pembaruan mengenai penghimpunan dan pendistribusian zakat.
3. Memudahkan muzakki untuk melakukan pembayaran zakat kapan saja dan dimana saja.
4. Memfasilitasi kemudahan bagi muzakki untuk memantau proses pendistribusian zakat.
5. Mempermudah muzakki dalam mengakses laporan keuangan LAZ.

2.2.6 Membayar Zakat Secara Digital

Pembayaran zakat secara digital merupakan pengembangan dari pembayaran zakat secara langsung. Tujuan dari pengembangan zakat secara digital, untuk mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat (Uyun, 2022). Keberadaan zakat digital memang memudahkan masyarakat dalam menunaikan kewajiban membayar zakat. Namun, hal tersebut juga menimbulkan sebuah permasalahan terkait hukum dalam syariat islam.

Pembayaran zakat digital dalam perspektif hukum syariah dinyatakan boleh. Menurut Syekh Yusuf al-Qardhawi, pembayaran zakat secara digital tanpa bertemu langsung dengan amil zakat tetap diperbolehkan meskipun tanpa ijab qabul, asalkan memenuhi syarat sah, yaitu adanya (Fakhrian et al., 2022). Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), juga menyatakan bahwa zakat digital tidak menyalahi aturan Islam, sehingga hukumnya diperbolehkan (Munir & Mais, 2023). Selain itu, menurut Ketua Umum Pengurus Pusat (PP) Muhammadiyah, Haedar Nashir, zakat digital sangat dianjurkan karena memberikan manfaat besar bagi kemaslahatan umat (Sisdianto et al., 2021).

Berdasarkan pendapat di atas, bahwa hukum membayar zakat secara digital diperbolehkan selama memenuhi syarat sah dalam pelaksanaannya. Menurut Aziz et al. (2022) terdapat dua syarat utama antara lain:

a) Niat

Para ahli fiqh setuju bahwa niat adalah syarat sah dalam pelaksanaannya zakat. Hal ini didasarkan pada sabda Nabi SAW: "Pada dasarnya, amalan amalan itu didasarkan pada niat". Karena zakat termasuk ibadah, maka niat diperlukan untuk membedakan antara zakat yang fardhu dan yang sunnah.

b) Tamlik (pemindahan kepemilikan harta kepada penerima zakat)

Zakat harus diberikan kepada mustahiq sebagai bentuk pemindahan kepemilikan harta. Oleh karena itu, seseorang tidak dapat sekedar menyediakan makanan bagi mustahiq tanpa adanya pemindahan kepemilikan (tamlik).

Adapun dalil Al-Quran yang memperbolehkan zakat digital tercantum dalam Q.S Al-Baqarah ayat 185:

سَمِعُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ فَمَن سَمِعَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم وَلِئَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya: “Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu serta

pembeda (antara yang hak dan yang batil). Oleh karena itu, siapa di antara kamu hadir (di tempat tinggalnya atau bukan musafir) pada bulan itu, berpuasalah. Siapa yang sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya) sebanyak hari (yang ditinggalkannya) pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur”.

2.2.7 Literasi Zakat

Literasi merupakan tahap dalam perilaku sosial di mana seseorang memiliki kemampuan untuk membaca, menafsirkan, dan menganalisis informasi serta pengetahuan. Literasi sangat berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu hal. Seseorang dengan pengetahuan luas dikatakan memiliki literasi tinggi, sedangkan individu dengan pemahaman terbatas dianggap memiliki literasi rendah (Fitri & Falikhatun, 2021). Soemitra & Nasution (2021) mengemukakan bahwa literasi mencakup pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan seseorang terhadap suatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku serta keputusan yang diambil.

Dalam konteks zakat, literasi zakat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung, serta mengakses informasi yang berkaitan dengan zakat (Azhar et al., 2023). Literasi zakat bertujuan untuk meningkatkan kesadaran muzakki dalam melaksanakan kewajiban zakat. Pentingnya pemahaman tentang zakat juga telah disebutkan dalam Al-Qur'an, tepatnya dalam Surat Al-Alaq ayat 1-5.

إِفْرَأْبَاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ إِفْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan!. Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya”.

2.2.8 Kemudahan

Kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa suatu sistem dapat dipergunakan dengan lebih mudah tanpa memerlukan upaya yang besar. Ketika seseorang menganggap bahwa suatu teknologi atau sistem mudah dioperasikan serta tidak membebani aspek fisik dan mental, maka kemungkinan besar individu tersebut akan terus menggunakannya (Pradini & Susanti, 2021).

2.2.9 Kepercayaan

Kepercayaan diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa individu lain atau sekelompok orang akan bertindak sesuai dengan harapannya (Japar & Wahab, 2024). Kepercayaan terdiri dari berbagai aspek, seperti integritas, kebaikan (*benevolence*), kompetensi, dan prediktabilitas (Zaeni et al., 2024). Menurut Syihabudin dan Najmudin (2023) kepercayaan mencerminkan perilaku individu yang mengharapkan manfaat positif dari pihak lain. Kepercayaan muncul karena individu yang dipercaya dianggap mampu memberikan manfaat dan bertindak sesuai dengan harapan pihak yang memberikan kepercayaan. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi fondasi utama dalam membangun kerja sama antara kedua belah pihak.

Dalam konteks pembayaran zakat digital, kepercayaan dapat diartikan sebagai kesiapan muzakki untuk menyerahkan sebagian hartanya kepada lembaga zakat tanpa melalui transaksi langsung, dengan keyakinan bahwa dana tersebut akan dikelola dan disalurkan kepada mustahik (Anggraini & Indrarini, 2022). Kepercayaan menjadi faktor utama dalam mendukung efektivitas pengumpulan dana zakat secara digital (Syafira et al., 2020).

2.2.10 Transparansi

Transparansi merujuk pada penyajian laporan yang terbuka bagi semua pihak tanpa adanya informasi yang disembunyikan, terutama dalam hal pelaksanaan dan pengelolaan suatu sistem. Transparansi mencakup berbagai elemen yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan serta pelaksanaan suatu aktivitas. Keterbukaan sendiri berarti bahwa kebijakan yang diterapkan dalam suatu mekanisme atau prosedur,

termasuk regulasi yang ditetapkan oleh lembaga, disampaikan secara jelas dan dapat diakses oleh semua pihak (Kabib, Ulil Albab Al Umar, et al., 2021).

Dalam konteks pengelolaan zakat, transparansi merupakan hal penting yang bertujuan untuk memastikan bahwa adanya keterbukaan informasi dan tidak ada informasi yang ditutupi, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat. Kepercayaan ini mencerminkan persepsi masyarakat bahwa lembaga tersebut memiliki kompetensi dan kejujuran dalam mengelola zakat. Adanya transparansi, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi terkait pengelolaan zakat, yang pada akhirnya memperkuat keyakinan mereka terhadap lembaga tersebut.

2.2.11 Religiusitas

Religiusitas mencerminkan sikap timbal balik antara prinsip dan praktik dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan nilai-nilai spiritual, serta mendorong pemahaman mengenai hubungan dan tanggung jawab individu dalam suatu kelompok. Religiusitas dapat diartikan sebagai tingkat komitmen seseorang terhadap ajaran agama dan penerapannya dalam kehidupan (Syafira et al., 2020). Menurut Syihabudin dan Najmudin (2023) religiusitas mencakup pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah, serta penghayatan terhadap agama yang dianut seseorang. Sementara itu, Fadhil dan Sari (2022) menekankan bahwa religiusitas merupakan proses internalisasi nilai-nilai agama dalam diri individu, baik melalui keyakinan dalam hati maupun dalam ucapan. Berdasarkan teori Glock & Stack yang dikutip oleh Aristyanto dan Edi (2022) religiusitas terdiri dari lima dimensi utama:

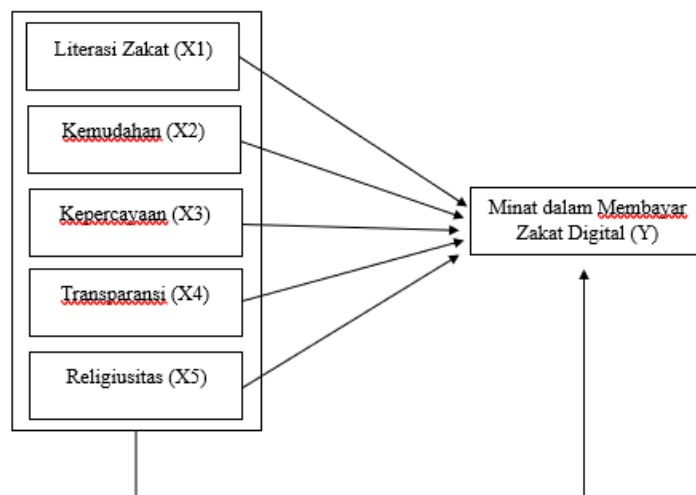
- a. Dimensi keyakinan, yaitu parameter yang mengindikasikan sejauh mana seorang individu mempertahankan komitmen dan menerima kebenaran ajaran agamanya.
- b. Dimensi praktik agama, merupakan aspek yang mencakup manifestasi ketaatan individu dalam mengimplementasikan ajaran agama, baik yang terwujud dalam bentuk ritual maupun kepatuhan terhadap aturan agama.

- c. Dimensi pengalaman, yang berkaitan dengan harapan bahwa seseorang yang beragama dengan baik dapat mencapai pemahaman mendalam tentang nilai-nilai spiritual dalam hidupnya.
- d. Dimensi pengetahuan agama, yaitu pemahaman seseorang terkait dasar-dasar ajaran agama, keyakinan, kitab suci, serta tradisi keagamaannya.
- e. Dimensi pengamalan/konsekuensi, yang mencerminkan bagaimana keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan agama seseorang berdampak pada perilaku dan kehidupan sehari-harinya.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menyajikan gambaran mengenai topik yang dibahas, yaitu “Pengaruh literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi, dan religiusitas terhadap minat dalam pembayaran zakat digital”. Kerangka ini memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang relasi antar variabel-variabel tersebut. Ilustrasi dari kerangka konseptual yang diterapkan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Hasil temuan penelitian oleh Zaeni et al. (2024), Febriyanti et al. (2024), Ayuningtias et al. (2024) dan Japar dan Wahab (2024), literasi zakat secara parsial memberikan dampak yang signifikan pada kecenderungan untuk terlibat dalam pembayaran zakat melalui platform digital. Meskipun demikian, penelitian Anggraini dan Indrarini (2022) mengindikasikan bahwa tingkat literasi tidak memberikan pengaruh pada kecenderungan membayar zakat melalui sarana digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi zakat berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat digital.

2.4.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Hasil temuan penelitian oleh Handinisari et al. (2022) dan Widowati dan Putri (2024), menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi melalui platform digital. Namun, penelitian Wa'adarramah dan Haris (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak memberikan dampak signifikan pada kecenderungan untuk melakukan pembayaran zakat secara digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat digital.

2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Hasil temuan penelitian oleh Ramadhani dan Hapsari (2022), Handinisari et al. (2022), A. S. Ginting dan Dahrani (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi niat individu untuk menunaikan zakat melalui jaringan *online*. Namun, penelitian Widowati dan Putri (2024) serta Wa'adarramah dan Haris (2024) mengidentifikasi bahwa faktor kepercayaan tidak secara signifikan

mempengaruhi minat bertransaksi melalui platform digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat digital.

2.4.4 Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Berdasarkan temuan penelitian oleh Kharisma dan Jayanto (2021), A. S. Ginting dan Dahrani (2024), Ramadhani dan Hapsari (2022), transparansi merupakan faktor yang mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kecenderungan dalam penggunaan layanan e-zakat. Namun, penelitian Pratama et al. (2024) serta Rachmawati dan Canggih (2023) menunjukkan bahwa transparansi tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada niat untuk terlibat pembayaran zakat digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H4: Transparansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat digital.

2.4.5 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Hasil penelitian oleh Nawaf dan Sari (2023), Aristyanto dan Edi (2023), Rachmasari et al. (2023), dan Fadhil dan Sari (2022) menunjukkan bahwa variabel religiusitas memberikan pengaruh positif terhadap minat untuk terlibat dalam pembayaran zakat digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H5: Religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat digital.

2.4.6 Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan Fasilitas, Kepercayaan, Transparansi Dan Religiusitas Secara Simultan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital

Penelitian yang dilakukan oleh Widowati dan Putri (2024) menemukan bahwa literasi ZIS, religiusitas, kepercayaan dan kemudahan secara bersamaan merupakan

faktor yang mempengaruhi kecenderungan untuk membayar ZIS secara digital. Selanjutnya, penelitian A. S. Ginting dan Dahrani (2024) menemukan bahwa transparansi dan kepercayaan secara bersamaan merupakan faktor yang mempengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat secara online. Sementara itu, menurut penelitian Fadhil dan Sari (2022) faktor kemudahan dan religiusitas secara bersamaan berdampak signifikan dalam berpartisipasi untuk membayar zakat digital. Berlandaskan pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H6: Literasi Zakat, Kemudahan Fasilitas, Kepercayaan, Transparansi Dan Religiusitas Secara Simultan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan metodologi kuantitatif, dimana data disajikan secara numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Sugiono dan Lestari (2021) menegaskan bahwa metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filosofi positivisme. . Metodologi ini digunakan untuk menentukan populasi atau sampel, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, dan kemudian data dianalisis secara kuantitatif atau statistik. Tujuan dari metodologi ini untuk menjelaskan serta mengkaji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, menurut Hardani et al. (2020), pendekatan kuantitatif dimaksudkan untuk mengembangkan serta menerapkan model sistematis, teori-teori, atau hipotesis-hipotesis yang memiliki korelasi dengan fenomena alam.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang karena fokus dari penelitian ini adalah minat pada UMKM Kota Malang terhadap pembayaran zakat digital. Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi UMKM besar dan pertumbuhan ekonomi digital yang memadai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta jumlah tertentu yang telah ditetapkan peneliti sebagai fokus utama penelitian, dengan tujuan untuk menganalisis dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Secara umum, populasi mencakup seluruh elemen yang menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Populasi dapat berupa individu, organisasi, lembaga, institusi, wilayah, atau entitas lain yang berfungsi sebagai sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan.

Populasi ini menjadi pusat dari permasalahan yang akan dikaji (Abdullah, 2015). Hal ini peneliti menggunakan populasi UMKM Kota Malang. Jumlah pelaku UMKM Kota Malang terhitung sebanyak 29.058 yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2020). Dalam praktiknya, tidak banyak peneliti yang melakukan kajian terhadap semua populasi. Umumnya, peneliti memilih sebagian elemen dari populasi dengan harapan bahwa sampel yang dipilih dapat mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Elemen dalam penelitian merujuk pada subjek yang menjadi objek pengukuran, dan elemen-elemen populasi yang telah dipilih disebut sampel. Proses pemilihan sampel ini dikenal sebagai teknik pengambilan sampel (Abdullah, 2015).

Sampel yang ideal adalah sampel yang mampu mencerminkan karakteristik populasi secara akurat. Dalam pemilihan sampel, peneliti sering menghadapi dua kendala utama, salah satunya adalah menentukan ukuran sampel yang tepat (Abdullah, 2015). Pada penelitian ini, ukuran sampel dihitung menggunakan teknik slovin, di mana rentang sampel yang diambil berdasarkan metode ini berkisaran 10-20% dari total populasi.

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

$$n = \frac{29.058}{1 + 29.058 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{29.058}{1 + 290,58}$$

$$n = \frac{29.058}{291,58}$$

$$n = 99,65$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel responden

N = Jumlah populasi responden

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang tetap dapat diterima (0,10 atau 10%)

Berdasarkan perhitungan sampel diatas maka peneliti membutuhkan 99,65 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Sehingga, dari 100 responden tersebut akan terbagi secara proporsional sesuai dengan jumlah UMKM di setiap kecamatan, dengan rumus:

$$\text{Jumlah UMKM} = \frac{\text{Jumlah UMKM per Kecamatan}}{\text{Jumlah UMKM di Kota Malang}} \times 100$$

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pembagian Responden UMKM di Setiap Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1.	Blimbing	18
2.	Klojen	13
3.	Kedungkandang	15
4.	Sukun	21
5.	Lowokwaru	33
Total		100

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampel. Teknik ini tidak didasarkan pada strata, wilayah, atau pemilihan secara acak, melainkan ditentukan berdasarkan tujuan tertentu. Metode ini biasanya diterapkan karena adanya keterbatasan dalam hal waktu, energi, dan biaya, sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel dalam jumlah besar atau dengan jangkauan yang luas (Abdullah, 2015). Berikut adalah kriteria-kriteria untuk menentukan sampel dalam penelitian terhadap UMKM di Kota Malang:

1. UMKM yang berada di kawasan Kota Malang dan terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (DISKOPINDAG).
2. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman terkait zakat.
3. Pelaku UMKM yang mengetahui tentang zakat digital.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menerapkan pengumpulan data primer, yang diperoleh langsung melalui distribusi kuisisioner responden. Sumber data utama didapatkan dari kuisisioner yang dikumpulkan dari para pelaku UMKM di Kota Malang melalui *Google Form*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengambilan data menjadi fase penting dalam kajian penelitian, karena tahapan ini menentukan keakuratan hasil yang akan dicapai. Sebagaimana dikemukakan oleh Sahir (2022) teknik pengambilan data harus dilaksanakan dengan prosedur yang ketat dan selaras dengan metode penelitian agar hasil yang diperoleh dapat mendukung tujuan penelitian serta membuktikan hipotesis. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner. Menurut Sahir (2022), kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri atas serangkaian pertanyaan yang disajikan secara sistematis dan terstruktur, bertujuan untuk mengukur variabel penelitian secara komprehensif.

Kuesioner memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan banyak data tentang orang dalam waktu yang relatif singkat. Kuisisioner disusun dengan serangkaian pertanyaan dan pernyataan. Kuisisioner ini disebarkan secara langsung kepada pelaku UMKM menggunakan media formulir Google. Kuisisioner digunakan dalam penelitian ini untuk menggali tanggapan responden terhadap enam variabel penelitian yaitu, literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, Transparansi, Religiusitas dan minat dalam pembayaran zakat digital.

Kuisisioner penelitian ini dibuat dengan menerapkan perhitungan skala likert. Skala ini berfungsi untuk mengukur persepsi, sikap, serta opini individu mengenai fenomena sosial yang terjadi. Variabel yang diukur akan dikategorikan ke dalam

indikator tertentu (Sugiyono, 2020). Indikator indikator dari setiap variabel digunakan sebagai dasar untuk membuat pertanyaan ataupun pernyataan di dalam kuisisioner. Berikut ini skala likert yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.2
Skala Likert Kuisisioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2020). Peneliti ini mengangkat lima variabel independen (X) yang dikaji, yaitu literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi dan religiusitas.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen dan menjadi hasil dari perubahan yang terjadi (Sugiyono, 2020). Peneliti ini mengangkat satu variabel dependen tunggal (Y) dalam penelitian ini, yaitu minat dalam pembayaran zakat digital.

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item	Skala Pengukuran
1	Literasi Zakat (X1)	• Pengetahuan tentang definisi zakat • Pengetahuan tentang kewajiban membayar zakat	1, 2, 3, 4, 5	1,2,3,4

		• Pengetahuan dasar tentang zakat • Pengetahuan tentang perhitungan zakat (Ayuningtias et al., 2024) dan (Hamzah & Kurniawan, 2020)		
2	Kemudahan (X2)	• Jelas • Mudah dipahami • Tidak memerlukan banyak usaha • Mudah digunakan • Mudah didapatkan (Rachmawati & Canggih, 2023)	6, 7, 8, 9, 10	1,2,3,4
3	Kepercayaan (X3)	• Integritas • Kompetensi • Konsistensi • Keterbukaan • Kesetiaan (Utami et al., 2021)	11, 12, 13, 14, 15	1,2,3,4
4	Transparansi (X4)	• Tersedianya pengumuman kebijakan meliputi pendapatan, pengelolaan keuangan dan aset. • Tersedianya laporan keuangan yang dapat diakses • Tersedianya laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu. • Tersedianya sarana untuk suara dan usulan muzaki • Tersedianya sistem pemberian informasi (Kharisma & Jayanto, 2021)	16, 17, 18, 19, 20	1,2,3,4
5	Religiusitas (X5)	• Keyakinan • Pengetahuan agama • Pengalaman agama • Konsekuensi	21, 22, 23, 24, 25	1,2,3,4

		(Utami et al., 2021)		
6	Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y1)	• Ketertarikan untuk menggunakan aplikasi zakat digital • Bermaksud untuk menggunakan aplikasi zakat digital • Bermaksud untuk menggunakan aplikasi zakat digital di masa depan (Kharisma & Jayanto, 2021)	26, 27, 28, 29, 30	1,2,3,4

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

3.8 Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis dalam menelaah data agar hasil penelitian dapat dipahami oleh pihak yang berkepentingan. Proses ini mencakup penyajian informasi dari hasil pengolahan data, pengelompokan berdasarkan kategori tertentu, serta peringkasan data guna menghasilkan kesimpulan penelitian (Sahir, 2022).

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan kategori metode statistik untuk meneliti kumpulan data dengan menggambarkan atau mengkarakterisasi data yang telah dikumpulkan dalam bentuk aslinya, tanpa tujuan memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi atau generalisasi menyeluruh (Sugiyono, 2020). Peneliti dapat menentukan jenis deskripsi apa yang akan digunakan untuk data agar menggambarkan informasi yang bermanfaat dan mudah dipahami. Beberapa bentuk deskripsi data dapat dibuat berdasarkan jenis informasi yang dibutuhkan dan ideal (Martias, 2021).

3.8.2 Uji Instrumen

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pendekatan metode dalam penelitian yang bertujuan memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur

aspek yang ingin diteliti. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi relevansi dan kesesuaian pertanyaan dalam menggambarkan konsep atau variabel yang diteliti secara akurat. Kuesioner dikatakan valid ketika setiap pertanyaannya mampu mengungkapkan secara akurat aspek-aspek yang ingin diukur. Jika semua pertanyaan telah memenuhi kriteria validitas, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut telah dirancang dengan baik dan dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020).

Pengujian validitas dilakukan dengan korelasi bivariat, yaitu mengukur hubungan antara nilai dari setiap butir pernyataan dengan nilai total seluruhnya. Jika suatu butir pernyataan berfungsi sebagai indikator pengukuran suatu variabel, maka nilai korelasinya akan tinggi (Purba et al., 2021).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode untuk mengukur kehandalan instrumen penelitian guna menentukan sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan pada data primer yang diperoleh melalui angket. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur ketika digunakan berulang kali pada sampel yang berbeda. Jika hasil yang diperoleh relatif konsisten, maka instrumen tersebut dianggap handal (*reliable*) (Purba et al., 2021). Salah satu cara mengukur reliabilitas adalah melalui perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6 maka kuesioner dapat diklasifikasikan cukup dapat diandalkan. Namun, jika koefisien dibawah 0,6 kuesioner dianggap kurang dapat diandalkan (Sugiyono, 2020).

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan analisis regresi linier berganda, peneliti mensyaratkan pelaksanaan uji asumsi klasik terhadap data yang akan digunakan. Pengujian ini mencakup tiga aspek fundamental:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengevaluasi distribusi variabel guna memastikan kesesuaian distribusi data. Model regresi yang efektif seharusnya memenuhi uji normalitas berdasarkan analisis grafik maupun uji statistik. Data dinyatakan memiliki distribusi normal dan hipotesis diterima apabila nilai signifikansi atau probabilitas melebihi 0,05. Sebaliknya, distribusi data dianggap tidak normal dan hipotesis ditolak ketika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05 (Sahir, 2022).

2. Uji Multikolinearitas

Uji *multikoliniearitas* dilakukan untuk mengidentifikasi keberadaan hubungan substantial diantara variabel independen dalam kerangka penelitian. Metode yang diaplikasikan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL). Apabila nilai VIF terdeteksi tinggi atau diatas angka 10, dapat disimpulkan bahwa terdapat *multikoliniearitas* diantara variabel independent (Sahir, 2022).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heterokedastisitas* dirancang untuk mengevaluasi varians residual pada berbagai pengamatan. *Heterokedastisitas* ditandai dengan ketidakkonsistenan varians residual dalam model regresi. Mekanisme pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada nilai probabilitas. Jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih dari 0,05, maka data tidak menunjukkan gejala *heterokedastisitas* dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05, maka terdapat *heterokedastisitas* dalam data dan hipotesis ditolak (Sahir, 2022).

3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi adalah metode statistik yang diterapkan untuk menelaah serta membentuk model relasi antara berbagai variabel. Jika terdapat keterkaitan antara dua atau lebih variabel independen, maka permasalahan tersebut biasanya diselesaikan

dengan menggunakan regresi berganda. Model persamaan yang diterapkan dalam regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat dalam pembayaran Zakat Digital

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

X1 = Literasi Zakat

X2 = Kemudahan

X3 = Kepercayaan

X4 = Transparansi

X5 = Religiusitas

e = Standar Error

3.9.3 Uji Hipotesis

3.9.3.1 Uji T

Uji t juga disebut sebagai uji parsial, dirancang untuk menguji signifikansi individu guna memastikan besarnya dampak yang diberikan setiap variabel independent pada variabel dependen (Sahir, 2022). Variabel independen akan memiliki dampak atau mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen jika hasil uji t memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Sebaliknya, jika nilai uji t lebih dari 0,05, maka variabel independent tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen (Purba et al., 2021).

3.9.3.2 Uji F

Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh simultan di antara variabel independent terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang ditetapkan untuk pengujian ini adalah 0,05 (5%). Ketika hasil perhitungan menunjukkan nilai signifikansi F di bawah 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel

independen secara simultan mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi F diatas 0,05, maka variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen (Sahir, 2022).

3.9.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Purba et al., 2021). Koefisien determinasi, yang biasanya dilambangkan dengan R^2 , menunjukkan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 lebih kecil atau mendekati 0, mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen semakin lemah terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai R^2 mendekati 100%, mengindikasikan semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir, 2022).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan penduduk muslim yang tinggal di Kota Malang. Responden tersebut merupakan pelaku UMKM yang beroperasi di wilayah Kota Malang.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Total	100	100%

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Data responden dikategorikan berdasarkan dimensi demografis jenis kelamin, yang terdiri dari dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Menurut data yang diperoleh, terdapat 40 responden atau sebesar 40% merupakan laki-laki sementara 60 responden lainnya atau sebesar 60% merupakan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
≤ 30	26	26%
31-40	51	51%
41-50	22	22%
>50	1	1%
Total	100	100%

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, bahwa responden terbanyak adalah responden berusia antara 31 – 40 tahun. Responden yang berusia di bawah 30 tahun berjumlah 26 orang, 31 – 40 tahun berjumlah 51 orang, 41 – 50 tahun berjumlah 22 orang, dan di atas 50 tahun hanya 1 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Domisili

Keterangan	Jumlah	Presentase
Blimbing	18	18%
Klojen	13	13%
Kedungkandang	15	15%
Sukun	21	21%
Lowokwaru	33	33%
Total	100	100%

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Jumlah responden berdasarkan domisili kecamatan yang ada di Malang. Sebanyak 18% responden berdomisili Blimbing, 13% berdomisili Klojen, 15% berdomisili Kedungkandang, 21% berdomisili Sukun, dan 33% berdomisili Lowokwaru.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.4
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Zakat	100	14	20	18,17	1,240
Kemudahan	100	12	20	17,83	1,371
Kepercayaan	100	7	19	15,81	3,845
Transparansi	100	7	19	15,22	3,971
Religiusitas	100	7	20	16,15	3,362

Minat dalam Pembayaran Zakat Digital	100	7	19	16,46	3,471
Valid N (listwise)	100				

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, berikut ini uraian distribusi data yang diperoleh:

1. Variabel Literasi Zakat (X1), menampilkan karakteristik statistik dengan nilai terendah 14, tertinggi 20, rata-rata 18,17, serta standar deviasi 1,240.
2. Variabel Kemudahan (X2), menampilkan karakteristik statistik dengan nilai terendah 12, tertinggi 20, rata-rata 17,83, serta standar deviasi 1,371.
3. Variabel Kepercayaan (X3), menampilkan karakteristik statistik dengan nilai terendah 7, tertinggi 19, rata-rata 15,81, serta standar deviasi 3,845.
4. Variabel Transparansi (X4), menampilkan karakteristik statistik dengan nilai terendah 7, tertinggi 19, rata-rata 15,22, serta standar deviasi 3,971.
5. Variabel religiusitas (X5), menampilkan karakteristik statistik dengan nilai terendah 7, tertinggi 20, rata-rata 16,15, serta standar deviasi 3,362.
6. Variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y), menunjukkan nilai terendah 7, tertinggi 19, rata-rata 16,46, serta nilai standar deviasi 3,471.

4.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan mengevaluasi kapasitas instrument kuisioner dalam mengukur variabel penelitian secara komprehensif. Pengukuran validitas menggunakan korelasi *product moment pearson*. Kriteria validitas ditentukan berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel (0,361) dengan jumlah sampel 30, maka item pernyataan dinyatakan valid. Namun, jika r hitung $< 0,361$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid dalam pembentukan variabel. Pengujian validitas ini menggunakan perangkat lunak SPSS 25.

Berikut adalah hasil uji validitas untuk setiap item pernyataan pada masing-masing variabel:

Tabel 4.5
Uji Validitas

Item	Pearson Correlation (Rhitung)	R Tabel N=30	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1	0,388	0,361	0,034	<i>Valid</i>
	0,374	0,361	0,042	<i>Valid</i>
	0,385	0,361	0,036	<i>Valid</i>
	0,426	0,361	0,019	<i>Valid</i>
	0,488	0,361	0,006	<i>Valid</i>
X2	0,405	0,361	0,027	<i>Valid</i>
	0,397	0,361	0,030	<i>Valid</i>
	0,466	0,361	0,009	<i>Valid</i>
	0,388	0,361	0,034	<i>Valid</i>
	0,414	0,361	0,023	<i>Valid</i>
X3	0,429	0,361	0,018	<i>Valid</i>
	0,398	0,361	0,029	<i>Valid</i>
	0,369	0,361	0,045	<i>Valid</i>
	0,433	0,361	0,017	<i>Valid</i>
	0,401	0,361	0,028	<i>Valid</i>
X4	0,394	0,361	0,031	<i>Valid</i>
	0,365	0,361	0,047	<i>Valid</i>
	0,367	0,361	0,046	<i>Valid</i>
	0,480	0,361	0,007	<i>Valid</i>
	0,391	0,361	0,033	<i>Valid</i>
X5	0,388	0,361	0,034	<i>Valid</i>
	0,388	0,361	0,034	<i>Valid</i>
	0,375	0,361	0,041	<i>Valid</i>
	0,388	0,361	0,034	<i>Valid</i>
	0,389	0,361	0,034	<i>Valid</i>
Y	0,436	0,361	0,016	<i>Valid</i>
	0,429	0,361	0,018	<i>Valid</i>

	0,429	0,361	0,018	<i>Valid</i>
	0,382	0,361	0,037	<i>Valid</i>
	0,379	0,361	0,039	<i>Valid</i>

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Uji validitas mengungkapkan bahwa semua butir pernyataan variabel-variabel penelitian menghasilkan nilai korelasi *pearson* melebihi 0,361, serta nilai signifikansi yang berada dibawah α (0,05). Hasil uji ini mengindikasikan bahwa keseluruhan butir pernyataan dalam variabel-variabel penelitian telah terbukti valid menurut kriteria yang ditetapkan.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Zakat (X1)	5	0,693	<i>Reliabel</i>
Kemudahan (X2)	5	0,700	<i>Reliabel</i>
Kepercayaan (X3)	5	0,720	<i>Reliabel</i>
Transparansi (X4)	5	0,735	<i>Reliabel</i>
Religiusitas (X5)	5	0,738	<i>Reliabel</i>
Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y)	5	0,763	<i>Reliabel</i>

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

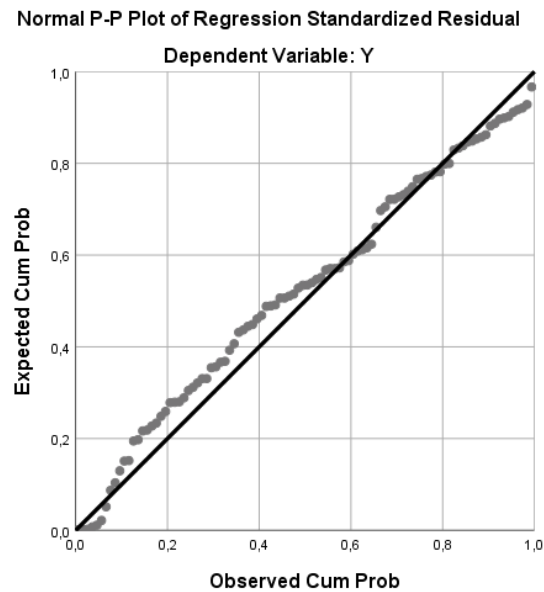
Uji reliabilits mengungkapkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang konsisten melebihi ambang 0,6, yang mengindikasikan bahwa kuisisioner telah memenuhi kriteria reliabilitas yang dipersyaratkan. Kuisisioner yang digunakan terbukti telah handal dan dapat dipercaya sebagai alat ukur untuk menghasilkan jawaban yang konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi distribusi residual dalam model regresi guna memastikan kenormalan sebaran data. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis nilai residual dari model yang terbentuk. Salah satu metode yang diaplikasikan adalah pendekatan grafik, yakni dengan *normal probability plot* yang mengamati penyebaran titik data terhadap garis diagonal.

Gambar 4.1 Normal Probability Plot



Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 4.7
Uji Normalitas

Indikasi	Residual
N	100
Signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z	0,117

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Analisis hasil *normal probability plot* mengungkapkan bahwa sebaran titik residual dalam model regresi konsisten berada disepanjang garis diagonal, menandakan normalitas distribusi data residual. Validasi atas hasil ini diperoleh melalui tes *one-sample Kolmogorov-Smirnov*, di mana nilai *p-value* yang diperoleh sebesar 0,117, lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha =$

0,05. Oleh karena itu, residual dalam model regresi telah memenuhi persyaratan distribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas

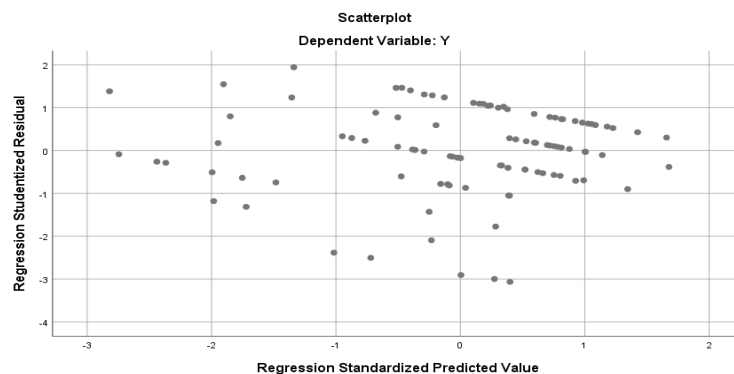
Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Zakat (X1)	0,615	1,626
Kemudahan (X2)	0,657	1,522
Kepercayaan (X3)	0,297	3,366
Transparansi (X4)	0,222	4,502
Religiusitas (X5)	0,546	1,833

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Berdasarkan data dalam Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10, dan nilai VIF < 10. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari permasalahan *multikolinieritas*, sehingga asumsi *non-multikolinieritas* telah terpenuhi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2 Scatter Plot



Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Heteroskedastisitas merupakan kondisi di mana terdapat perbedaan varians pada residual antar penelitian. Berdasarkan gambar, titik-titik data terlihat tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu-Y, tanpa membentuk pola spesifik atau sistematis. Hasil ini mengindikasikan

bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga asumsi non-heteroskedastisitas terpenuhi.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.9
Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstan	-12,042
Literasi Zakat (X1)	0,508
Kemudahan (X2)	0,624
Kepercayaan (X3)	0,092
Transparansi (X4)	-0,248
Religiusitas (X5)	0,648

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh dengan persamaan regresi, yaitu :

$$Y = -12.042 + 0.508X1 + 0.624X2 + 0.092X3 + (-0.248)X4 + 0.648X5 + e$$

Hasil regresi dapat diinterpretasikan sebagai:

1. Konstanta (-12,042): Nilai konstanta sebesar -12,042 menunjukkan nilai minat ketika semua variabel independen (literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi, dan religiusitas) bernilai nol, maka minat membayar zakat secara digital sebesar -12,042. Nilai negatif ini menjelaskan rendahnya minat jika variabel lain tidak berpengaruh. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor lain dapat dipertimbangkan ketika meningkatkan minat pembayaran digital.
2. Literasi Zakat (X1) - Koefisien 0.508: Setiap kenaikan satu satuan pada variabel literasi zakat akan meningkatkan minat sebesar 0,508 satuan, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif yang signifikan. Misalnya, lokakarya peningkatan literasi zakat dapat meningkatkan variabel literasi zakat.
3. Kemudahan (X2) - Koefisien 0.624: Peningkatan satu satuan pada kemudahan meningkatkan minat sebesar 0.624 satuan, menunjukkan bahwa

variabel kemudahan berpengaruh positif. Sebagai contoh, variabel kemudahan dapat ditingkatkan dengan menyediakan fitur yang responsif dan intuitif pada aplikasi zakat.

4. Kepercayaan (X3) - Koefisien 0.092: Setiap kenaikan satu satuan kepercayaan hanya meningkatkan minat sebesar 0.092 satuan, hal ini menunjukkan pengaruh yang kecil dan tidak signifikan. Oleh karena itu, lembaga zakat harus mencari strategi lain untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap platform digital.
5. Transparansi (X4) - Koefisien -0,248: Peningkatan transparansi sebesar satu satuan akan menurunkan minat sebesar 0,248 satuan, yang mengindikasikan adanya pengaruh negatif. Hal ini memungkinkan adanya peninjauan ulang terhadap informasi yang disajikan di platform digital sehingga masyarakat dapat lebih mudah membaca informasi terkait transparansi.
6. Religiusitas (X5) - Koefisien 0.648: Peningkatan satu satuan pada variabel religiusitas meningkatkan minat sebesar 0.648 satuan, mengindikasikan pengaruh positif yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa program dan kegiatan yang berkaitan dengan pembayaran zakat digital dan nilai-nilai religiusitas sangat efektif.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.10
Uji Parsial (Uji T)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12,042	4,187		-2,876	,005

	Literasi Zakat	,508	,253	,181	2,007	,048
	Kemudahan	,624	,221	,247	2,822	,006
	Kepercayaan	,092	,117	,102	,784	,435
	Transparansi	-,248	,131	-,283	-1,885	,062
	Religiusitas	,648	,099	,627	6,541	,000
a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital						

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.14 serta ditemukan nilai t tabel sebesar 1,985. Sehingga uji parsial dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada variabel Literasi Zakat (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,007 > 1,985 dan nilai sig. 0,048 < 0,05, sehingga H_1 diterima. Maka secara parsial, variabel Literasi Zakat merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y).
2. Pada variabel Kemudahan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,822 > 1,985 dan nilai sig. 0,006 < 0,05, sehingga H_2 diterima. Maka secara parsial, variabel Kemudahan merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y).
3. Pada variabel Kepercayaan (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 0,784 < 1,985 dan nilai sig. 0,435 > 0,05, sehingga H_3 ditolak. Maka secara parsial, variabel Kepercayaan merupakan factor yang tidak mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y).
4. Pada variabel Transparansi (X_4) memiliki nilai t hitung sebesar -1,885 < 1,985 dan nilai sig. 0,062 > 0,05, sehingga H_4 ditolak. Maka secara parsial, variabel Transparansi merupakan factor yang tidak mempengaruhi secara signifikan dan bahkan negatif terhadap variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y).

5. Pada variabel Religiusitas (X5) memiliki nilai t hitung sebesar $6,541 > 1,985$ dan nilai $\text{sig. } 0,000 < 0,05$, sehingga H_5 diterima. Maka secara parsial, variabel Religiusitas merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.11
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,194	5	126,039	21,057	,000
	Residual	562,646	94	5,986		
	Total	1192,840	99			
a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Transparansi, Kemudahan, Literasi Zakat, Kepercayaan						

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Hipotesis penelitian dapat diterima apabila F hitung melebihi F tabel atau tingkat signifikansi berada dibawah $0,05$ (F hitung $> F$ tabel atau nilai $\text{sig. } < 0,05$). Berdasarkan hasil *output* uji F , nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ serta nilai F tabel sebesar $2,31$, sedangkan F tabel tercatat $2,31$. Dengan demikian, semua variabel bebas Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi dan Religiusitas secara simultan merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.12
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727	,528	,503	2,447
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Transparansi, Kemudahan, Literasi Zakat, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital				

Sumber: *Diolah oleh peneliti (2024)*

Berdasarkan hasil analisis uji pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) menjelaskan variabel Literasi Zakat (X1), Kemudahan (X2) Kepercayaan (X3), Transparansi (X4) dan Religiusitas (X5) adalah sebesar 0,528. Hasil ini mengindikasikan kelima variabel tersebut mampu menjelaskan 52,8% variasi dalam variabel dependen. Adapun sisa pengaruh sebesar 47,2% (100% - 52,8%) merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar model yang tidak menjadi bagian dari lingkup penelitian ini.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian, maka daidapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Zakat terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Variabel Literasi Zakat (X1) memiliki nilai t hitung (2,007) > nilai t kritis (1,985) dan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,048 < 0,05. Oleh karena itu, H1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel Literasi Zakat (X1) secara parsial merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat Membayar Zakat secara Digital (Y). Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Widowati dan Putri (2024) dan Zaeni et al.

(2024) yang menemukan bahwa literasi zakat merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat membayar zakat secara digital. Di sisi lain, penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Anggraini dan Indrarini (2022) menemukan bahwa literasi zakat merupakan factor yang tidak mempengaruhi minat membayar zakat secara digital. Hal ini terjadi karena tingkat literasi zakat di masyarakat secara keseluruhan masih relatif dasar, dan faktor sosial budaya yang lebih banyak mendukung metode transaksi tradisional.

Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM Kota Malang mengenai zakat memiliki dampak yang besar terhadap minat mereka dalam memanfaatkan zakat digital. Semakin tinggi tingkat literasi zakat pelaku UMKM, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengadopsi layanan pembayaran zakat digital. Literasi zakat bisa berupa pengetahuan tentang zakat, konsep berzakat, hukum zakat, serta manfaat dari zakat. Pemahaman yang baik tentang zakat dapat mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menunaikan kewajiban zakat.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Variabel kenyamanan (X2) memiliki nilai t hitung $(2,822) >$ nilai t kritis $(1,985)$ dan nilai sig. sebesar $0,006 < 0,05$. Oleh karena itu, H_2 diterima. Variabel Kemudahan (X2) secara parsial merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat Membayar Zakat secara Digital (Y). Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Widowati dan Putri (2024) dan Febriyanti et al. (2024) yang menemukan bahwa variabel kemudahan merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat secara digital. Sebaliknya, penelitian oleh Fadhil dan Sari (2022) menemukan bahwa kemudahan merupakan factor yang tidak mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah menggunakan

Gopay. Masyarakat merasa belum merasakan kemudahan yang diberikan, meskipun terdapat fitur-fitur yang canggih.

Kemudahan yang ditawarkan oleh platform digital menjadi salah satu faktor penting yang mendorong minat pelaku UMKM di Kota Malang. Kemudahan ini dapat meliputi aksesibilitas, proses pembayaran yang cepat, dan dukungan teknis yang tersedia. Ketika pelaku UMKM merasa bahwa melalui pembayaran zakat digital tidak memerlukan upaya dan waktu yang besar, mereka lebih cenderung berminat untuk mengadopsi layanan tersebut.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai t hitung (0,7844) < nilai t kritis (1,985) dan nilai sig. sebesar 0,435 > 0,05. Oleh karena itu, H3 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Kepercayaan (X3) secara parsial bukan merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat Membayar Zakat secara Digital (Y). Temuan ini diperkuat oleh Widowati dan Putri (2024) dan Wa'adarrahmah dan Haris (2024) yang menemukan bahwa variabel kepercayaan merupakan factor yang tidak mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat secara digital. Namun, hasil tersebut tidak sesuai dengan penelitian Anggraini dan Indrarini (2022) yang menemukan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat membayar zakat digital. Hal ini terjadi karena mayoritas masyarakat dapat mengakses internet, dan lembaga pengelola zakat bersikap transparan terkait penggunaan dana zakat dengan menyebarkan infografis melalui media sosial.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pelaku UMKM di Kota Malang terhadap layanan pembayaran zakat digital tidak menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi minat mereka. Meskipun kepercayaan terhadap platform digital sering dianggap penting dalam mengadopsi sebuah teknologi, namun pelaku UMKM di Kota Malang masih

menunjukkan sikap kehati-hatian dan belum sepenuhnya meyakini platform digital sebagai media yang kredibel untuk menyalurkan zakat.

4. Pengaruh Transparansi terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Variabel Transparansi (X4) memiliki nilai t hitung $(-1,885) < \text{nilai } t \text{ kritis } (1,985)$ dan nilai sig. sebesar $0,062 > 0,05$, maka H_4 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa Kemudahan (X4) secara parsial merupakan factor yang tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel Minat Membayar Zakat secara Digital (Y). Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Canggih (2023) dan Munir & Mais (2023) yang menemukan bahwa variabel transparansi tidak mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat secara digital. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Kharisma dan Jayanto (2021) yang menemukan bahwa transparansi merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat penggunaan e-zakat.

Hal ini menggambarkan bahwa meskipun transparansi penting dalam pengelolaan zakat, namun transparansi belum menjadi faktor utama dalam mendorong minat pelaku UMKM untuk menggunakan layanan pembayaran zakat digital. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah rendahnya tingkat pemahaman atau persepsi pelaku UMKM terhadap transparansi lembaga zakat. Mereka belum memiliki pemahaman yang cukup terkait laporan keuangan, pengelolaan dana, maupun distribusi zakat secara terbuka oleh lembaga zakat. Selain itu, faktor lain seperti kurangnya kepercayaan pada platform digital atau pengalaman langsung menggunakan layanan tersebut juga dapat memengaruhinya.

5. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Variabel Religiusitas (X5) memiliki nilai t hitung $(6,541) > \text{nilai } t \text{ kritis } (1,985)$ dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_5 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Religiusitas (X5) secara parsial

merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap variabel Minat Membayar Zakat secara Digital (Y). Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Aristyanto dan Edi (2023) dan Fadhil dan Sari (2022) yang menemukan bahwa variabel religiusitas merupakan factor yang mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat pembayaran zakat secara digital.

Tingkat religiusitas yang tinggi mendorong pelaku UMKM untuk lebih peduli dalam menunaikan kewajiban zakat. Berdasarkan hasil temuan ini, tingkat religiusitas yang tinggi memiliki pengaruh yang besar dan positif terhadap minat pelaku UMKM di Kota Malang untuk membayar zakat secara digital. Pelaku UMKM yang memiliki keyakinan agama yang kuat cenderung lebih termotivasi untuk menunaikan kewajiban zakat mereka secara rutin. Ketika platform digital menyediakan cara yang lebih mudah, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai agama, maka dapat mendorong minat mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

6. Pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi dan Religiusitas secara Simultan terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital pada UMKM

Berdasarkan hasil uji F, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F kritis $(2,31) < \text{nilai F hitung } (21,057)$. Oleh karena itu, H_6 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara simultan, semua variabel independent meliputi literasi zakat, kemudahan, kepercayaan, transparansi, dan religiusitas, secara bersamaan menjadi factor yang mempengaruhi secara positif terhadap Minat Membayar Zakat secara digital.

Temuan ini menjelaskan bahwa minat pelaku UMKM Kota Malang dalam pembayaran zakat digital dipengaruhi oleh tingkat pemahaman literasi zakat yang baik, tingkat religiusitas yang tinggi, kemudahan akses dalam platform zakat digital. Faktor literasi zakat yang baik dan religiusitas yang tinggi akan mendorong mereka untuk menunaikan kewajiban membayar zakat, dan kemudahan akses yang ditawarkan

platform digital dalam pembayaran zakat juga mempengaruhi mereka untuk melakukan pembayaran melalui digital. Meskipun faktor kepercayaan dan transparansi tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat mereka menggunakan platform digital, namun tetap penting untuk dijadikan landasan bagi pengembangan platform digital melalui transparansi dalam laporan keuangan dan pengelolaan dana. Penyebabnya karena minimnya pemahaman mereka terhadap informasi yang transparan tentang lembaga zakat yang menerapkan pembayaran digital. Padahal, secara simultan, faktor kepercayaan dan transparansi juga berkontribusi bagi peningkatan minat mereka dalam pembayaran zakat melalui platform digital. Oleh karena itu, kedua faktor ini, transparansi dan kepercayaan perlu menjadi perhatian bagi lembaga zakat digital untuk terus ditingkatkan melalui penyediaan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat pembayar zakat, seperti informasi pelaporan keuangan yang transparan dan disediakan secara real-time yang dapat diakses secara terbuka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis komprehensif mengenai pengaruh Literasi Zakat, Kemudahan, Kepercayaan, Transparansi, dan Religiusitas terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Literasi Zakat memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Malang memiliki literasi zakat yang baik mulai dari konsep, hukum, dan manfaatnya.
2. Kemudahan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, hal ini menunjukkan tingkat kemudahan yang diberikan oleh platform digital mampu mendorong minat pelaku UMKM di Kota Malang dalam menggunakan zakat digital.
3. Kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Malang belum bisa mengandalkan platform digital untuk menyalurkan zakat.
4. Transparansi tidak memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, hal ini menunjukkan rendahnya tingkat pemahaman atau persepsi pelaku UMKM di Kota Malang terhadap transparansi lembaga zakat.
5. Religiusitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat dalam Pembayaran Zakat Digital, hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas pelaku UMKM di Kota Malang akan meningkatkan ketaatan mereka dalam membayar zakat, sehingga mampu mendorong minat untuk menggunakan zakat digital dalam pelaksanaannya.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan kesimpulan diatas, adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Amil Zakat

Lembaga amil zakat yang menyediakan pembayaran zakat digital atau e-zakat diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya khususnya dengan menjaga kepercayaan pelanggan atas dana yang dihimpun dan melakukan inovasi secara berkala mulai dari fitur yang tersedia maupun cara pembayaran yang lebih mudah dan efisien, ini dilakukan agar pelaku UMKM di Kota Malang dapat melakukan transaksi pembayaran zakat lebih efektif dan efisien.

2. Bagi Pelaku UMKM di Kota Malang

Pelaku UMKM di Kota Malang disarankan untuk menunaikan zakat sesuai dengan ketentuan dan kemampuannya. Adanya zakat digital sebagai platform penyedia pembayaran zakat secara online, maka akan dapat mempermudah dalam melakukan transaksi dengan waktu dan tempat yang fleksibel. Sehingga, diharapkan pelaku UMKM di Kota Malang dapat berkontribusi dalam pelaksanaannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis baik secara teoritis maupun praktisi masih terbatas. Penulis berharap untuk penelitian di masa mendatang agar dapat melakukan pembaharuan dan menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahannya.

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In A. Istiadi & Igbal (Eds.), *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo.
- Agustinar, Baydury, I., Muallimah, S., & Asnita, D. (2023). Optimalisasi Penyaluran Zakat Online Melalui Aplikasi BSI Mobile : Studi Pemahaman dan Persepsi Masyarakat. *Journal of Islamic Studies*, 1(1), 136–154. <https://doi.org/10.61693/elwasathy.vol12.2023.136-154>
- Akbar, M. F., Pakawaru, I., Handayani, T. W., & Salsabila, N. (2024). Pengaruh Pemahaman Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Moderating. *Jariyah: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 162–176.
- Alwahidin, & Muin, J. W. P. (2022). Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 143–162. [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).162-181](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).162-181)
- 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>
- Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital Pada Yayasan Pengelola Zakat Di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(2), 186–202. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.169>
- Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2023). Optimization of Zakat Receiving Through the Digital Platform At the Zakat Management Foundation in Surabaya. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 6(2), 11–39. <https://doi.org/10.47532/jis.v6i2.790>
- Arwin, A., Yuliana, Y., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 6(2), 680–690.
- Ayuningtias, Z. D., Syaharani, S. M., Maulidah, N. H., Haq, H. H., & Aisy, D. R. (2024a). Tingkat Literasi Zakat pada Mahasiswa terhadap Minat Pembayaran Zakat Era Digital. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 5(1), 48–58.
- Ayuningtias, Z. D., Syaharani, S. M., Maulidah, N. H., Haq, H. H., & Aisy, D. R. (2024b). Tingkat Literasi Zakat pada Mahasiswa terhadap Minat Pembayaran Zakat Era Digital. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 5(1), 48–58.
- Azhar, A., Eviza, E., Misra, M., & Sukmawati, U. S. (2023). Literasi dan Potensi Zakat Perkebunan: Studi Terhadap Pemahaman Masyarakat Muslim di Desa Cepala

- Kabupaten Sambas. *AKSI ORELIGIA: Jurnal Studi Keislaman*, 1(1), 46–51.
- Aziz, A., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Strategi Pengelolaan Zakat Produktif dalam Penegentasan Kemiskinan (Studi Kasus Baznas Kota Bandar Lampung). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 151–158.
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zis Di Kitabisa.Com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.241>
- BAZNAS, D. K. dan P. (2024). *OUTLOOK ZAKAT INDONESIA 2024*. Puskas BAZNAS. www.baznas.go.id;
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *JURNAL KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 160–172.
- Djamil, N. (2023). Akuntansi Terintegrasi Islam : Alternatif Model Dalam Penyusunan Laporan Keuangan. *JAAMTER: Jurnal Audit, Akuntansi, Manajemen Terintegrasi*, 1(1), 5.
- Fadhil, M., & Sari, L. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(1), 61–73. <https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4829>
- Fakhrian, A. S., Prasteyo, A., & Cahyaningrum, P. (2022). Elaborasi Hukum Membayar Zakat Fitrah Menggunakan Dompot Digital dalam Perspektif Islam. *NALAR FIQH: Jurnal Hukum Islam*, 13(2), 121–131. <https://doi.org/10.30631/nf.v13i2.1304>
- Farid, D., Pakarti, M. H. A., Fathiah, I., & Hendriana, H. (2023). Pengaruh Zakat Digital Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Era Digital. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.46773/jse.v2i2.679>
- Febriyanti, N., Wicaksana, R. S., Sahira, A. J., Susetyo, A. B., Nursyahidin, R., & Luthfiana, N. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Membayar Zakat Secara Online Keputusan Muzakki. *Jurnal Economina*, 3(4), 522–535.
- Fitri, L., & Falikhatun, 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>
- Foeh, J. M. (2022). Pengaruh karakteristik wirausaha , modal usaha , strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(5), 590–599. <https://doi.org/10.17977/um066v2i52022p590-599>
- Ginting, A. S., & Dahrani, D. (2024). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzzaki Dalam Pembayaran Zakat Online Pada Laznas Djalaluddin Pane Foundation (Dpf) Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2398–2407.
- Ginting, S. W. B. (2024). Pengaruh Pemahaman Akuntansi Zakat dan Tingkat Religiusitas Terhadap Kesadaran Membayar Zakat Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Muslim di Kota Medan. *J-Reb: Journal Research of Economic and Bussiness*, 3(2), 23–34.
- Hafizah, H., & Muhaimin. (2023). Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap

- Peningkatan Penerimaan Zakat pada BAZNAS Kota Banjarmasin. *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3549–3567.
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818–828. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>
- Harahap, S. K. (2024). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penyaluran Zakat Melalui Lembaga Amil di Indonesia. *Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyariahan Dan Keperdataan*, 10(1), 130–145.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. In H. Abadi (Ed.), *CV. Pustaka Ilmu*.
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675–684. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
- Ilmi, M., Liyundira, F. S., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Japar, R., & Wahab, A. (2024). The Influence of ZIS Literacy and Trust on The Decision to Channel ZIS Through Digital Payment at LAZISMU in Makassar City. *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 40–51. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v5i1.1084>
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Mustofa, M. T. L. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341–349. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kabib, N., Ulil Albab Al Umar, A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Taufiqi Lutfi Mustofa, M. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341–349. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kartika, I. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Khansa, N., Yuliani, R., Aflah, A., Salsabila, A. P., Anggraeni, D., Rahmasari, D., Ayu, L., Martiza, J. S. L., & Rofiq, N. (2024). Minat membayar Zakat secara Digital pada Generasi Milenial: Minat Zakat. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 8(6), 11–16.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021a). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES:*

- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56.
<https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021b). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat , Infaq , dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56.
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Mauludin, M. R., & Herianingrum, S. (2022). Pengaruh Digital Zakat Terhadap Penghimpunan Zakat Dan Kinerja Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 47–58. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp47-58>
- Mubarok, W. I., & Safitri, R. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 474–479. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9951](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9951)
- Muhdlor, N. K. (2023). Analisis Peran dan Dampak Zakat Digital Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan di Jakarta. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 5060–5066. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Munir, & Mais, R. G. (2023). Determinan Keputusan Pembayaran Zakat Muzakki Milenial Berbasis Fintech. *Eligible: Journal of Social Sciences*, 2(2), 287–296. <https://doi.org/10.53276/eligible.v2i2.105>
- Musta'anah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., & Etika, C. (2023). Studi Literatur : Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi Perilaku Generasi Millenial Membayar Zakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–14.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12847](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12847)
- Nawaf, S., & Sari, R. L. (2023a). Faktor Prefensi dan Minat Masyarakat Terhadap Transformasi Digital Pengelolaan Zakat dalam Membayar Zakat Melalui Digital Fundraising. *Journal of Aswaja and Islamic Economics*, 02(01), 70–80.
- Nawaf, S., & Sari, R. L. (2023b). Faktor Preferensi dan Minat Masyarakat Terhadap Transformasi Digital Pengelolaan Zakat dalam Membayar Zakat Melalui Digital Fundraising. *JASIE: Journal of Aswaja and Islamic Economics*, 02(01), 70–80.
- Ningsih, S. W. (2022). *Pengaruh Trust dan Religiusitas terhadap minat masyarakat perkotaan membayar Zakat dengan literasi sebagai variabel moderasi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sampang Madura Jawa Timur* (pp. 1–91). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Octujuwanda, R., & Akbar, R. (2022). Pengaruh Pemahaman Zakat dan Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat di Bazma Ru Ii Kota Dumai. *Tafidu Jurnal*, 1(4), 361–370.
- Pakpahan, D. R., & Fadli, A. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 280–294. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v7i2.498>
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(10), 859–872.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Pratama, O. D., Rokan, M. K., & Inayah, N. (2024). Pengaruh Brand Awareness ,

- Tingkat Kepercayaan , Transparansi , Akuntabilitas Dan Tingkat Pendapatan Generasi Milenial Terhadap Pembayaran Zakat Melalui Lembaga Baznas Secara Online (Studi Pada Generasi Milenial Sumatera Utara). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 236–254.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Rachmasari, A., Fadah, I., & Hanim, A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Dan Faktor Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Bondowoso. *Ijabah*, 1(1), 57–70. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.295>
- Rachmawati, L. N., & Canggi, C. (2023). Determinants of Generation Z in Paying Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) Online in the City of Surabaya. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 1. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).1-13](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).1-13)
- Rahmawati, A., Aminah, S., & Rahmawardani, S. (2023). Pemahaman Konsep Membayar Pajak dan Zakat Dalam Islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(4), 347–357. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/article/view/231>
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM Indonesia.
- Sarvianto, D. F. (2021). Analisa Maraknya Pemanfaatan Platform dalam Pengumpulan Zakat Melalui Prespektif Strukturasi Ala Giddens. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18(1), 1–12. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i1.235>
- Sesady, M., & Rasyid, S. C. (2019). Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat. In M. K. Zubair (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). IAIN Parepare Nusantara Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sisdianto, E., Fitri, A., & Isnaini, D. (2021). Penerapan Pembayaran Zakat Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam (Cashless Society). *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 112–123.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil

- Zakat Organizations. *5th International Conference of Zakat (ICONZ)*, 323–335.
- Sugiono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel untuk Jurnal Nasional dan Internasional). In Sunarto (Ed.), *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. CV Alfabeta. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 375). CV Alfabeta.
- Suriyati, A., Rinayah, A. H., & Panorama, M. (2025). Inovasi Teknologi dalam Ekonomi Mikro Islam. *Jurnal Topik Manajemen*, 2(1), 1–12.
- Suryani, D., & Fitriani, L. (2022). Peran Zakat Dalam Menanggulangi Kemiskinan. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 43–62. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.307>
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). The Effect of Religiosity and Trust on Intention To Pay in Ziswaf Collection Through Digital Payments. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1), 98–115. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Syihabudin, & Najmudin. (2023). *Zakat Profesi Pendapatan, Religiusitas dan Trust Masyarakat* (M. Mukhsin (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Iqtishoduna*, 17(1), 1–16.
- Uyun, A. (2022). Tinjauan Hukum E-Commers Dalam Menghimpun Zakat Secara Online. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(2), 13–23. <https://doi.org/10.24256/alw.v7i2.2465>
- Wa'adarramah, & Haris, A. (2024). Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 13–26.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV Seribu Bintang. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0067-6_4
- Widowati, N. D., & Putri, R. N. A. (2024a). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 786–798.
- Widowati, N. D., & Putri, R. N. A. (2024b). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 786–798. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12389>
- Zaeni, N., Mukhsin, M., & Abduh, M. (2024). Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada Baznas Di Provinsi Banten. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 1349–1360. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i2.22597>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian

A. Identifikasi Responden

Halo semua ✨

Perkenalkan saya Kotranada Gadwa Mufid, mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021. Berhubung akan dilaksanakannya penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam pembayaran zakat digital, saya melakukan observasi guna menganalisis kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Saudara dapat mengakses website yang tertera pada link di bawah ini sebelum mengisi kuisioner:

<https://baznas.go.id/zakat>

Berikut adalah kriteria-kriteria untuk menentukan sampel dalam penelitian terhadap UMKM di Kota Malang:

- 1) UMKM yang berada di Kota Malang dan terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (DISKOPINDAG).
- 2) Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman terkait zakat.
- 3) Pelaku UMKM yang mengetahui tentang zakat digital

Dengan hormat saya memohon dengan ikhlas dan sejujurnya menjawab pertanyaan berikut ☺

Petunjuk Pengisian:

1. Mohon untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan sesuai dengan pendapat pribadi Anda.
2. Setiap pertanyaan sudah disediakan pilihan jawaban. Silakan pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi dan pengalaman Anda.
3. Jika ada kolom isian terbuka, Anda dapat menuliskan jawaban atau pendapat sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.

4. Semua jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Waktu Pengisian:

Pengisian kuesioner ini akan memakan waktu sekitar 5 -10 menit.

Terima kasih atas partisipasi dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini. Pendapat Anda sangat berharga bagi penelitian kami, atas waktu dan kesempatan nya kami ucapkan terimakasih 🙏🙏🙏
Have a nice day ✨

B. Data Responden

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia:
4. Nama Usaha:
5. Tempat Wilayah Usaha:
 - a. Blimbing
 - b. Klojen
 - c. Kedungkandang
 - d. Sukun
 - e. Lowokwaru
6. Apakah anda pernah melakukan pembayaran zakat secara digital/online?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah

C. Pernyataan

Jawablah pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan diri anda, beri tanda pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Adapun keterangan pilihan jawaban, sebagai berikut:

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Tidak Setuju
4. Sangat Tidak Setuju

Link platform zakat digital:

<https://baznas.go.id/zakat>

Variabel Literasi Zakat

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui pengertian dan konsep dasar zakat				
2	Saya memahami bahwa zakat diwajibkan kepada setiap muslim yang merdeka, baligh, dan berakal sehat serta memiliki kepemilikan penuh atas hartanya				
3	Saya mengetahui zakat merupakan jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan dan diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya				
4	Saya mengetahui jenis-jenis zakat				
5	Saya dapat menghitung sendiri zakat yang harus dikeluarkan setelah mencapai nishab dan haul				

Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa aplikasi/layanan zakat digital memiliki panduan yang jelas				
2	Saya merasa fitur dalam aplikasi/layanan zakat digital mudah dipahami				
3	Saya merasa menggunakan aplikasi/layanan zakat digital tidak mengeluarkan banyak tenaga				
4	Saya merasa aplikasi/layanan zakat digital mudah digunakan				
5	Saya merasa aplikasi/layanan zakat digital mudah untuk didapatkan aksesnya				

Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa lembaga zakat digital memiliki integritas yang baik				
2	Saya percaya lembaga zakat digital mampu mengelola dana zakat dengan baik				
3	Saya percaya lembaga zakat digital selalu memenuhi janjinya kepada muzaki dalam menyampaikan amanah				
4	Saya merasa lembaga zakat digital bersifat terbuka dalam menyampaikan informasi kepada muzaki				

5	Saya merasa lembaga zakat digital mampu menunjukkan loyalitasnya kepada kepentingan muzaki				
---	--	--	--	--	--

Variabel Transparansi

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa lembaga zakat digital selalu menyediakan pengumuman kebijakan pengelolaan zakat				
2	Saya merasa lembaga zakat digital memberikan laporan keuangan yang dapat diakses dengan jelas kepada muzaki				
3	Saya merasa lembaga zakat digital menyediakan laporan pertanggungjawaban penghimpunan ataupun penyaluran dana zakat melalui email atau nomor hp muzaki				
4	Saya merasa lembaga zakat digital menyediakan layanan untuk keluhan ataupun usulan muzaki				
5	Saya merasa sistem pemberian informasi pada lembaga zakat digital memberikan informasi secara akurat				

Variabel Religiusitas

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
----	------------	----	---	----	-----

1	Saya menunaikan zakat karena mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban sebagai umat islam				
2	Saya mengetahui bahwa terdapat hak orang lain dalam harta yang saya miliki				
3	Saya selalu menunaikan zakat secara rutin sesuai dengan aturan agama				
4	Saya berzakat karena mengetahui konsekuensi jika saya tidak menunaikan zakat sedangkan saya adalah orang yang berkewajiban				
5	Saya menunaikan zakat untuk beribadah dan sebagai ungkapan rasa syukur atas segala nikmat yang telah dikaruniakan Allah SWT				

Variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan aplikasi/layanan zakat digital untuk membayar zakat				
2	Saya berencana untuk membayar zakat menggunakan aplikasi/layanan zakat digital kedepannya				
3	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi/layanan zakat digital dalam membayar zakat dimasa yang akan datang				
4	Saya tertarik menggunakan aplikasi/layanan zakat digital karena fitur yang disediakan lengkap				
5	Saya lebih tertarik membayar zakat menggunakan aplikasi/layanan zakat digital				

	dibandingkan dengan cara datang langsung ke tempat				
--	--	--	--	--	--

Lampiran 2: Data Primer dari *Google Form* ke *Excel*

a) Variabel Literasi Zakat

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
4	4	3	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
3	4	4	4	3
4	4	3	4	4
4	3	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	3
4	3	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
3	3	4	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
2	3	3	4	4
4	3	3	4	4
4	3	3	4	4
3	3	4	3	3
4	3	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	3	4
3	4	4	4	3
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4

4	4	3	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	4	3	3	4
4	3	3	3	4
4	4	4	3	4
4	3	3	4	4
4	3	3	4	4
4	3	4	4	3
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	3	4	4	4
4	4	3	4	3
4	4	3	4	4
3	4	4	3	3
3	4	4	4	3
4	4	3	3	4
2	3	3	3	3
3	4	4	3	4
4	3	4	4	4
3	3	4	4	3
4	4	3	3	4
4	3	4	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	3
3	3	4	4	3
4	3	4	4	3
3	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	4	3	3	3
4	3	3	4	4
4	3	4	4	4
4	4	3	4	3

4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
3	4	3	4	3
4	4	4	3	4
4	3	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	3	3	4
4	4	4	3	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	4	3
4	3	4	3	3
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	3	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
2	3	3	4	3
3	3	4	2	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	3
4	3	3	3	4

b) Variabel Kemudahan

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	4	4	4
4	3	3	4	4
3	4	4	4	3
4	4	4	3	4

4	4	4	4	3
3	3	4	4	4
3	4	4	3	3
3	3	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	3	4
3	3	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	3	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	4	4	4	3
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
4	4	3	4	3
4	4	3	3	4
3	4	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	4	4	4	3
3	4	4	4	3
3	3	4	4	3
3	4	4	4	3
4	4	4	3	3
3	3	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	3	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	3
3	3	4	4	3
3	4	4	4	3
4	3	3	4	4
3	3	3	3	3

3	3	4	4	4
4	4	4	3	4
3	3	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
4	4	4	3	4
3	4	4	3	3
3	3	3	4	3
3	4	4	4	4
4	3	4	4	4
4	4	3	4	4
3	3	4	4	3
4	4	4	3	3
3	4	4	3	3
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
4	4	3	3	4
3	3	4	4	4
3	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	3	3	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
3	4	4	3	3
3	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	4	2	3	3
4	3	3	4	4
3	3	3	3	3
2	2	3	2	3
4	3	3	4	4
4	3	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	4	4	4
3	3	3	3	3
4	3	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4

3	3	4	4	3
3	2	3	3	3
3	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
4	3	3	3	4
4	3	3	4	4
3	4	4	4	4
3	2	3	3	3
4	4	4	4	3
4	3	4	4	4
3	3	4	4	3
3	3	3	4	3

c) Variabel Kepercayaan

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
4	3	3	4	4
2	2	1	1	2
2	2	1	1	2
3	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	4	4	4	3
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
2	2	1	1	2
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
3	4	4	3	3
3	3	4	3	3
4	4	3	4	3
4	4	3	3	4
2	2	1	2	2
3	3	4	4	3
4	3	3	4	4
3	3	3	4	3
3	4	3	3	4
2	2	1	1	3

4	4	3	3	4
4	3	3	3	4
3	1	1	2	2
2	1	1	2	2
4	4	3	4	4
3	4	4	3	3
3	3	4	4	3
4	4	3	3	4
3	3	4	4	3
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	3	4
2	2	3	2	2
3	3	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	3
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	3	3	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
2	2	1	1	1
2	2	2	1	2
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
2	2	1	1	2
2	2	1	1	2
3	3	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
2	1	1	2	2
3	3	3	4	3
3	3	4	4	3
3	3	3	4	4

3	3	4	4	3
3	2	2	2	1
4	4	4	3	4
3	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	4	3	4	3
2	2	1	2	2
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
2	2	1	2	2
4	4	3	3	4
4	4	3	4	4
2	2	1	2	2
4	3	3	4	4
2	2	1	2	2
4	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	3	3
3	3	4	4	4
3	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	3	2	2
3	2	3	3	3
4	4	3	3	4
4	4	4	3	4
2	2	2	2	2
2	2	1	2	2
4	4	4	3	3
4	3	3	3	4
3	3	3	4	4
3	3	4	4	3
3	2	3	3	4
4	3	3	4	3
3	4	4	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	3
3	3	4	4	4
4	3	3	2	2
2	2	1	1	2

d) Variabel Transparansi

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
3	4	4	3	4
2	1	1	2	2
2	1	1	2	2
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
3	3	4	4	3
3	4	4	3	3
2	2	3	1	2
3	3	4	4	3
4	4	3	3	4
3	4	4	3	4
3	3	4	3	3
3	3	4	4	3
3	3	4	4	4
1	1	2	2	2
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
3	4	4	3	4
3	4	4	4	4
2	2	2	2	3
4	4	3	3	4
3	3	4	3	4
2	2	2	1	2
2	2	1	3	3
3	4	4	4	3
3	3	4	4	3
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	3	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	3	4
2	1	1	2	2
4	4	4	3	4
4	4	4	3	4
2	2	1	1	2

3	3	4	4	3
3	3	3	4	4
3	3	4	4	4
3	1	4	4	4
2	2	3	1	1
4	4	3	4	4
3	3	4	3	4
1	1	2	2	1
2	1	1	1	2
4	4	4	3	3
3	3	4	4	3
3	3	4	3	4
3	3	4	3	3
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
2	2	2	2	1
1	1	2	2	2
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	3	4	3	3
2	2	1	1	2
3	3	4	4	3
3	3	4	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	3	3
1	1	2	2	1
4	4	3	4	4
4	4	2	2	1
3	4	4	4	3
4	4	3	3	3
1	1	1	2	2
3	3	4	4	4
3	3	4	3	4
1	1	2	1	2
3	3	3	4	4
3	3	4	3	3
2	2	2	1	2
4	4	3	3	4
2	2	1	2	2
2	2	3	3	4

4	4	3	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	3	3
4	3	4	3	4
3	3	3	2	3
3	3	4	3	3
3	2	2	3	3
4	3	3	3	4
4	3	3	3	3
3	2	2	2	2
2	2	2	3	1
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
3	4	4	4	4
3	3	4	4	4
3	3	4	3	3
2	2	2	2	1
3	3	4	4	4
4	4	3	4	4
2	2	1	4	2
2	2	2	2	2

e) Variabel Religiusitas

X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
4	3	3	4	4
2	2	1	1	2
2	2	1	1	3
4	3	3	4	3
3	4	3	3	4
3	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	3	4	4	3
3	2	2	1	3
4	3	3	4	4
4	3	3	4	4
3	3	3	4	4

3	3	4	3	4
3	4	4	3	4
3	4	4	3	3
4	4	4	3	3
4	4	3	3	3
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	4	3	3	3
1	1	3	2	1
4	4	3	3	4
3	3	3	4	3
2	1	1	2	2
3	3	1	4	4
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	4	4	4	3
3	3	3	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	4	3	3
1	1	2	2	1
4	4	4	3	3
4	4	3	4	3
2	2	1	1	1
3	3	4	4	3
3	3	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	3
2	2	1	1	2
3	3	3	4	4
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
1	1	2	2	1
4	4	4	3	4
3	3	3	4	3
3	3	3	4	3
3	4	4	3	4
3	3	4	4	3
3	3	4	3	4

3	3	4	3	3
2	2	1	1	2
3	4	4	3	4
3	3	3	4	4
2	4	4	4	3
1	1	3	4	4
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	3
4	3	3	4	4
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
2	2	1	1	1
4	4	4	3	4
3	3	4	3	4
2	2	1	1	1
4	4	4	3	3
3	3	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	3
4	3	3	4	3
3	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	4	4	3
3	3	4	4	3
4	4	3	3	4
3	3	3	4	3
4	4	3	4	4
4	3	2	2	3
3	3	4	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	3	3
3	3	3	2	4
3	4	3	3	3
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
4	3	3	4	4

3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	3	4	4	3
3	2	2	3	4
3	4	4	4	3
3	3	3	4	3
2	2	2	3	3
3	3	2	2	3

f) Variabel Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
4	4	3	4	3
2	1	1	2	2
2	1	2	2	2
3	3	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	3	4	4	3
3	3	4	4	3
2	2	1	1	2
4	4	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	3	3	4
3	3	4	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
3	3	4	3	3
4	3	4	3	3
4	4	4	3	4
4	3	4	4	4
1	1	1	3	2
1	1	2	2	2
3	3	4	4	3
4	3	4	4	3
3	3	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3

4	4	4	3	4
3	3	4	4	3
3	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
3	3	3	4	3
2	3	3	4	4
3	4	4	4	3
3	4	3	3	3
3	3	1	1	2
3	2	3	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
3	4	4	3	3
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	3	4	4
1	1	2	2	1
3	3	3	4	4
3	3	4	3	4
3	3	4	4	3
3	3	3	4	4
3	3	3	4	3
3	3	4	3	3
4	4	4	3	4
2	2	1	1	2
4	4	4	3	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	3	4	4	4
3	4	3	3	4
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	3	3
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
3	1	1	1	2
4	4	3	4	3
3	3	3	4	4

2	1	1	1	2
3	3	3	2	2
4	4	3	4	3
4	4	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	3	3	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	2	2	3	2
3	3	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	3	4
4	4	3	3	4
3	3	4	4	4
2	2	1	1	1
4	3	3	4	3
3	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	3	3
4	3	4	4	4
3	3	4	4	3
3	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	3	3	4	4
3	2	2	1	2
4	4	4	3	4
4	3	3	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	3	3
4	3	4	4	3
3	3	4	4	3
3	2	2	2	2

Lampiran 3: Hasil Output olah data SPSS

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Zakat	100	14	20	18,17	1,240
Kemudahan	100	12	20	17,83	1,371
Kepercayaan	100	7	19	15,81	3,845
Transparansi	100	7	19	15,22	3,971
Religiusitas	100	7	20	16,15	3,362
Minat dalam Pembayaran Zakat Digital	100	7	19	16,46	3,471
Valid N (listwise)	100				

1. Uji Validitas

[illegible]^{††} Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).^{***} Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Literasi Zakat	89,00	23,931	,632	,693
Kemudahan	88,87	24,051	,603	,700
Kepercayaan	90,07	24,133	,519	,720
Transparansi	90,10	24,714	,466	,735
Religiusitas	88,30	26,079	,451	,738
Minat dalam Pembayaran Zakat Digital	89,50	24,672	,383	,763

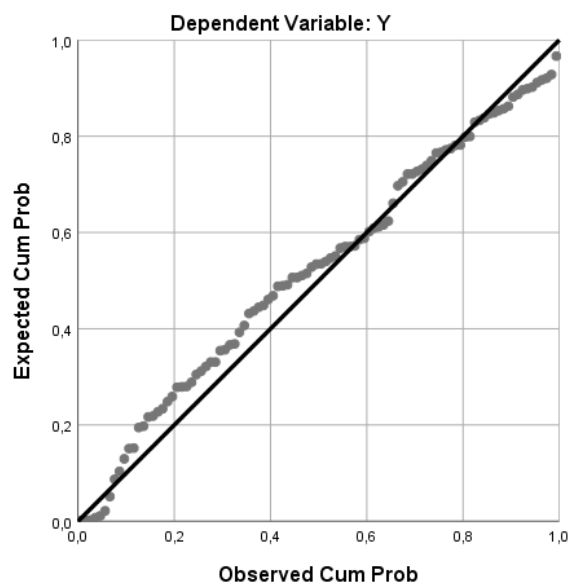
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	6

3. Uji Asumsi Klasik

a) Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,48078831
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,057
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,117 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

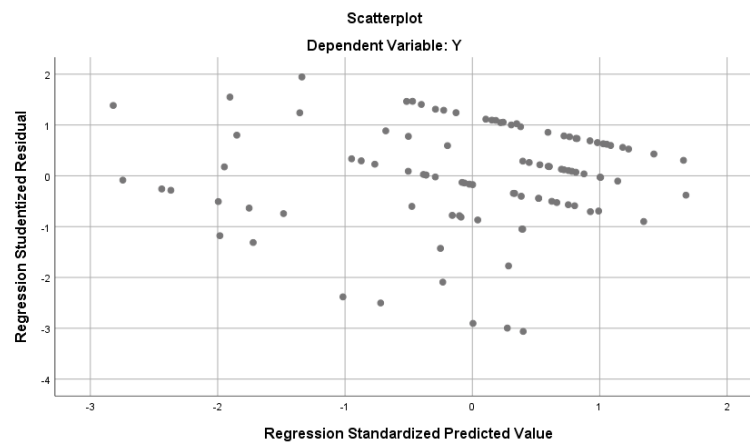
b) Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Literasi Zakat	,615	1,626
	Kemudahan	,657	1,522
	Kepercayaan	,297	3,366
	Transparansi	,222	4,502
	Religiusitas	,546	1,833

a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

c) Heteroskedastisitas



4. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12,042	4,187		-2,876	,005
	Literasi Zakat	,508	,253	,181	2,007	,048
	Kemudahan	,624	,221	,247	2,822	,006
	Kepercayaan	,092	,117	,102	,784	,435
	Transparansi	-,248	,131	-,283	-1,885	,062
	Religiusitas	,648	,099	,627	6,541	,000

a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,528	,503	2,447

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kemudahan, Kepercayaan, Literasi Zakat, Transparansi

b. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

6. Uji Hipotesis

a) Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12,042	4,187		-2,876	,005
	Literasi Zakat	,508	,253	,181	2,007	,048
	Kemudahan	,624	,221	,247	2,822	,006
	Kepercayaan	,092	,117	,102	,784	,435
	Transparansi	-,248	,131	-,283	-1,885	,062
	Religiusitas	,648	,099	,627	6,541	,000

a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

b) Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,194	5	126,039	21,057	,000 ^b
	Residual	562,646	94	5,986		
	Total	1192,840	99			

a. Dependent Variable: Minat dalam Pembayaran Zakat Digital

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kemudahan, Kepercayaan, Literasi Zakat, Transparansi

Lampiran 4: Hasil Test Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Kotranada Gadwa Mufid
NIM : 210502110005
Konsentrasi : Akuntansi Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
TRANSPARANSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT DALAM
PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL (Studi UMKM Kota Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*.

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	23%	14%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Maret 2025
UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd

Lampiran 5 : Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210502110005
Nama : Kotranada Gadwa Mufid
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Yuliati, M.S.A
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEMUDAHAN FASILITAS, KEPERCAYAAN, TRANSPARANSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT DALAM PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL (Studi UMKM Kota Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	8 Oktober 2024	1. Konsultasi terkait judul penelitian kepada dosen pembimbing 2. Dosen pembimbing menjelaskan terkait penulisan skripsi sesuai dengan pedoman penulisan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	15 Oktober 2024	Mengumpulkan bab 1 dan 2 Revisi: 1. Menambahkan bab 3 2. Daftar isi 3. Halaman 4. Sitasi penelitian dosen uin	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	26 Oktober 2024	Mengumpulkan bab 1-3 Revisi: 1. Tata letak pada bab 3 ada yang terbalik 2. Penulisan Daftar Pustaka Al-Quran masih salah 3. Penambahan objek penelitian	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	28 Oktober 2024	Mengumpulkan proposal skripsi revisi terakhir bab 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	20 November 2024	Bimbingan terkait persiapan ujian sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

6	22 November 2024	Konsultasi terkait revisi ujian sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	28 November 2024	Mengumpulkan revisi proposal setelah ujian sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	29 November 2024	Bimbingan terkait panduan untuk mensubmit artikel ke jurnal	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	12 Desember 2024	1. Mengumpulkan progres bab 4 dan 5 2. Pembekalan untuk proses submit artikel ke jurnal	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	7 Februari 2025	Bimbingan terkait artikel yang sudah disubmit	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	22 Februari 2025	Konfirmasi kepada dosen pembimbing bahwa artikel telah diterima oleh pihak jurnal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	24 Februari 2025	Konfirmasi kepada dosen pembimbingan bahwa LOA sudah turun dan artikel telah publish	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 24 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Yuliati, M.S.A

Lampiran 6: Biodata Peneliti

Nama Lengkap : Kotranada Gadwa Mufid
 Tempat, tanggal lahir : Jombang, 25 Agustus 2004
 Alamat Asal : Villl Bukit Tidar blok A4 no.95, Merjosari, Kota Malang
 Alamat Kos : -
 Telepon/Hp : 081358764257
 E-mail : kotranada.gm@gmail.com
 Facebook : -

Pendidikan Formal

2008-2009 : TK Qurrotaa'yun Malang
 2009-2010 : TK Muslimat NU Centini, Lamongan
 2010-2012 : MI Al-Hikmah Janti, Jombang
 2012-2016 : SD Negeri Dinoyo 1 Malang
 2016-2019 : SMP Negeri 3 Peterongan Jombang
 2019-2021 : MA Negeri 4 Denanyar Jombang
 2021-2025 : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam
 Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2016-2019 : Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang
 2019-2021 : Pondok Pesantren Denanyar Jombang
 2021-2022 : Mahad UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota IPNU IPPNU FK Wahab Chasbullah UIN Malang 2022/2023
- Pengurus Koordinator Departemen Dakwah dan Pengabdian Masyarakat IPNU IPPNU FK Wahab Chasbullah UIN Malang 2023/2024

- Anggota Aslab MiniBank Fakultas Ekonomi tahun 2023
- Pengurus Koordinator Divisi Humas Aslab MiniBank Fakultas Ekonomi tahun 2024
- Pengurus Koordinator Lembaga Pers dan Jurnalistik PK IPNU IPPNU UIN Malang 2024/2025

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Webinar Accounting Fair “Mengembangkan Pengetahuan dan Kecerdasan dengan Akuntansi di Revolusi 5.0 dan di dalam Technopreneur” tahun 2021
- Peserta Kegiatan Edukasi Keuangan Ngopi Kuy! (Ngobrol Pintar Seputar Keuangan Yuk!) tahun 2023
- Peserta Seminar Hybrid “Indonesia Economy Quarter 3 2023, Outlook 2024” tahun 2023
- Peserta Webinar “Mengenal Cryptocurrency sebagai Investasi Masa Depan Bagi Gen Z” tahun 2024
- Peserta Webinar “Langsung ke Puncak: Strategi Memulai Karir Tanpa Melalui Melalui Staf.” tahun 2024
- 20 Besar Finalis Regional Jawa Timur pada Indonesia Sharia Olympiad 2024
- Peserta Pelatihan Accurate dengan Tema “Menguasai Aplikasi Accurate sebagai Bekal Akuntan Profesional di Masa Depan” tahun 2024
- Peserta Pelatihan Praktikum Audit Bebas Website (EduAkksa) tahun 2024