

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP *ACTUAL USE* DALAM MEMBAYAR ZAKAT ONLINE MELALUI *ATTITUDE TOWARD USING* DAN *BEHAVIORAL INTENTION TO USE*
(Studi Pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)**

TESIS

**Dosen Pembimbing I: Dr. Indah Yuliana, SE.,M.M
Dosen Pembimbing II: Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si**



**Disusun Oleh:
Irohdathul Novianti
NIM 230504220005**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*
DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP *ACTUAL USE DALAM*
MEMBAYAR ZAKAT ONLINE MELALUI *ATTITUDE TOWARD USING*
DAN *BEHAVIORAL INTENTION TO USE*
(Studi Pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)**

TESIS

Diajukan Kepada:

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam Program Magister Ekonomi Syariah

Diajukan Oleh:

Irohdathul Novianti
NIM 230504220005

Dosen Pembimbing I:

Dr. Indah Yuliana, SE., M.M
NIP. 197409182003122004

Dosen Pembimbing II:

Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si., M.M
NIP. 19750426202608012402



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

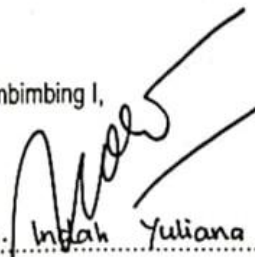
Jl. Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Junrejo Kota Batu 65323, Telp. (0341) 531133
Website : <http://pasca.uin-malang.ac.id>, email : pps@uin-malang.ac.id

No. Dokumen UIN-QA/PM/14/01	PESETUJUAN UJIAN TESIS	Tanggal Terbit 02 Januari 2024
Revisi 4.0		Halaman: 23 dari 29

Tesis dengan Judul Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Literasi
Keuangan Terhadap Actual Use dalam Membayar Zakat Online Melalui
Attitude Toward Using dan Behavioral Intention To Use
(studi pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Pembimbing I,



Dr. Indah Yuliana, SE., MM
NIP. 19740918 2003 122 004

Pembimbing II,


Dr. Vwin Mahatani Ekowati, M.Si., M.M
NIP. 19750426 20160801 2042

Mengetahui:

Ketua Program Studi


Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D
NIP. 197511091999031003

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

Dewan penguji tesis saudara Irohdathul Novianti, NIM 230504220005, Mahasiswa Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:


PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP *ACTUAL USE* DALAM MEMBAYAR ZAKAT ONLINE MELALUI *ATTITUDE TOWARD USING* DAN *BEHAVIORAL INTENTION TO USE*

(Studi pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 09 Desember 2025

Dewan Penguji:


Dr. Muhammad Sulhan, SE., M.M., CIFA
NIP. 197406042006041002

()
Penguji I

Dr. Hj. Meldona, SE., M.M., Ak., CA
NIP. 197707022006042001

()
Penguji II

Dr. Indah Yuliana, SE., M.M
NIP. 197409192003122004

()
Pembimbing I

Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si
NIP. 19750426201608012042

()
Pembimbing II

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana

()
Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 196508171998031003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irohdathul Novianti
NIM : 230504220005
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* Dan Literasi Keuangan Terhadap *Actual Use* Dalam Membayar Zakat Online Melalui *Attitude Toward Using* Dan *Behavioral Intention To Use* (Studi Pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah atau penelitian yang pernah dilakukan atau dibuat oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan ditemukan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa dalam hasil penelitian ini terdapat unsur-unsur penjiplakan atau klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 November 2025

Hormat Saya,



Irohdathul Novianti

NIM. 230504220005

MOTTO

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri”.

(QS. Al-Isra` : 7)

“Be kind, for everyone you meet is fighting a harder battle”

(Ian Maclaren)

“Kembalilah untuk memberikan kebaikan”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya tesis ini saya persembahkan kepada:

Ayah dan Ibu tersayang, yang melalui kasih sayang, doa, kerja keras, serta pengorbanan tanpa henti selalu menjadi sumber kekuatan di setiap perjalanan hidupku. Terima kasih atas setiap nasihat, kesabaran, dan dukungan tanpa jeda yang mengiringi hingga aku dapat menuntaskan perjalanan akademik ini. Tak ada kata yang benar-benar mampu menggambarkan betapa besar arti cinta kalian bagi setiap keberhasilanku. Tesis ini kupersembahkan sebagai ungkapan kasih, penghormatan, dan rasa terima kasih yang tulus untuk keluarga yang selalu menjadi alasan utama di balik setiap langkah perjuangan dan pencapaianku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* Dan Literasi Keuangan Terhadap *Actual Use* Dalam Membayar Zakat Online Melalui *Attitude Toward Using* Dan *Behavioral Intention To Use* (Studi Pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)”.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai Studi Magister Ekonomi syariah pada Program Studi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses penulisan ini menjadi sebuah perjalanan yang penuh dengan tantangan, pembelajaran dan pengalaman yang berharga bagi penulis. Dengan bimbingan berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan tesis ini dalam batas waktu yang ditentukan.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang dengan penuh kesabaran senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif sejak tahap awal hingga terselesaikannya tesis ini. Setiap pandangan dan koreksi yang diberikan telah menjadi kontribusi berharga dalam penyempurnaan penelitian ini.
5. Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si., M.M, selaku Dosen Pembimbing Kedua, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian untuk memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi dalam proses penyusunan tesis ini. Dedikasi dan ketelitian

beliau sangat membantu penulis dalam memperbaiki kualitas penulisan maupun analisis penelitian ini.

6. Seluruh staff tata usaha, pegawai karyawan, maupun dosen Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan kemudahan dalam layanan akademik dan para dosen yang telah membimbing dalam memfasilitasi serta menjembatani dalam bidang ilmu kepada penulis.
7. Untuk kedua orang tuaku Ayah Rianto dan Ibu Sri Wahyuni tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta kerja keras tanpa henti dalam setiap langkah hidup saya. Meskipun tidak berasal dari latar belakang pendidikan tinggi, Ayah dan Ibu selalu menanamkan nilai pentingnya pendidikan dan terus memotivasi saya untuk meraih cita-cita setinggi mungkin. Segala pengorbanan, kasih sayang, dan dorongan yang diberikan menjadi kekuatan terbesar hingga saya dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Kepada Bapak Mursid dan Ibu Nalima, terima kasih atas kebaikan, doa, dan dukungan yang turut menguatkan penulis selama menjalani proses penyusunan tesis ini. Kehangatan dan perhatian yang diberikan menjadikan penulis merasa diterima sebagai bagian dari keluarga, serta menjadi dorongan tambahan untuk menyelesaikan studi ini dengan sebaik-baiknya.
9. Kepada Wafdul Adif, terima kasih telah selalu percaya bahwa penulis mampu melewati setiap proses ini. Terima kasih atas kepercayaan dan keyakinanmu bahwa penulis mampu melalui setiap proses ini. Terima kasih karena selalu menemani, mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat tanpa henti. Kehadiranmu menjadi sumber kekuatan sekaligus alasan
10. Tidak lupa untuk Adik Ubaidilla dan Adik Afdal, terima kasih atas canda, perhatian, dan dukungan hangat yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan tesis ini. Kehadiran kalian menambah semangat dan keceriaan, serta membuat penulis merasa diterima sebagai bagian dari keluarga yang penuh kehangatan.
11. Terima kasih untuk sahabat terbaik saya Alya Fattika Zaini, yang selalu setia menemani meskipun hanya lewat telepon ketika saya sedang penat dan mengeluh. Kehadiranmu yang selalu siap mendengarkan, menenangkan, dan memberikan sudut pandang baru membuat setiap beban terasa lebih ringan. Dukungan dan

persahabatanmu menjadi bagian penting yang membantu penulis bertahan dan menyelesaikan proses akademik ini.

12. Terima kasih kepada teman-teman satu kelas Magister Ekonomi Syariah yang membantu penulis untuk bisa di posisi saat ini.
13. Untuk diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan, berproses, dan tidak menyerah meskipun berbagai tantangan datang silih berganti. Terima kasih telah terus berusaha, belajar dari setiap kegagalan, dan memilih untuk tetap melangkah sampai titik akhir perjalanan ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa kerja keras, kesabaran, dan keyakinan pada diri sendiri selalu membawa hasil yang indah.

Penulis sadar bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan. Semoga nantinya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah.

Akhirnya, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca yang ingin memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan pembayaran zakat online, khususnya terkait peran *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan literasi keuangan melalui *attitude toward using* dan *behavioral intention to use*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna, terutama dalam konteks pengembangan perilaku penggunaan teknologi digital di kalangan Muslimat NU di Kota Malang dan masyarakat luas.

Malang, 15 November 2025

Irohdathul Novianti
NIM. 230504220005

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Ketentuan Umum

Transliterasi adalah pengalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan Bahasa Arab ke dalam Bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari Bangsa Arab. Sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam Footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi. Transliterasi yang digunakan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/ 1987, tanggal 22 Januari 1988.

B. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H{a	H{	Ha
خ	Kha	Kh	Kh (dengan titik diatas)
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es
ض	D}ad	D}	De (dengan titik diatas)
ط	T{a	T{	Te
ظ	Z}a	Z}	Zet (dengan titik diatas)
ع	'Ain	'	Koma terbalik Diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
أ/ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak diawal kata maka transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak ditengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma diatas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk penggantian lambang “ع”.

C. Vocal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dhommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vocal	Panjang	Diftong
a = fathah	A	لاق
i = kasrah	I	ليق
u = dhommah	U	دون

Khusus bacaan (ي) nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya, begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh sebagai berikut:

Diftong	Contoh
و	قول
ي	ريخ

D. Ta’ Marbutah (ة)

Ta’ marbutah (ة) ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah kalimat, akan tetapi jika ta’ marbutah tersebut berada diakhir kalimat, maka di transliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya *ة سمدولا* *ةلا سرا*

menjadi *al-risalat al-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, seperti contohnya هلا م ح ر في menjadi *fii rahmatillah*.

E. Kata sandang dan Lafadz Al-Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak diawal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadz jalalah yang berada ditengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contohnya sebagai berikut:

- Al-Iman Al-Bukhariy mengatakan.
- Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan.
- Masya’Allah kana wa lam yasya’ lam yakun.*

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contohnya:

شيء	Syai’un	تأخذون	Ta’khuzuuna
أمرت	Umirtu	ء ونال	An-nau’u

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi’il* (Kata Kerja), *isim* atau huruf, ditulis secara terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengiktunya. Contohnya:

وإن الله لهو خير الرازقين

(*wa innallaha lahuwa khairu ar-raziqin*)

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal dalam transliterasi ini huruf tersebut juga tetap digunakan. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap awal nama diri tersebut, melainkan bukan huruf awal kata sandangnya. Misalnya:

وما محمد الا رسول

(*wa ma muhammadun illa rasul*)

إن أول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركا

(*inna awwala baitin wudi'a linnasi lillazi bi bakkata mubarakan*)

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku apabila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian, jika penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf ataupun harakat yang dihilangkan maka, huruf capital tidak dipergunakan. Misalnya:

نصر من الله وفتح قريب

(*nasrun minallahi wa fathun qarib*)

الله الأمر جميعا

(*lillahi al-amru jami'an*)

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaannya, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan bacaan ilmu *tajwid*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT.....	xxi
المخلص.....	xxii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II: KAJIAN TEORI.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2. Literasi Keuangan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hipotesis.....	34
2.4 Model Hipotesis	40
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
1. Sumber Data.....	46
2. Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Definisi Operasional Variabel	47

3.6 Instrumen Penelitian.....	59
3.7 Analisis Data	59
BAB IV: PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	68
4.1 Gambaran Umum Penelitian	68
1. Profil Komunitas Muslimat NU di Kota Malang	68
2. Deskriptif Karakteristik Responden.....	69
4.2 Deskripsi Variabel.....	73
4.3 Hasil Uji Analisis Data.....	78
1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (<i>Outer Model</i>)	78
2. Uji Model Struktural (Inner Model)	84
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	85
BAB V: PEMBAHASAN	92
1. Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>actual use</i>	92
2. Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>actual use</i>	97
3. Pengaruh literasi keuangan terhadap <i>actual use</i>	102
4. Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>attitude toward using</i>	106
5. Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>attitude toward using</i>	111
6. Pengaruh Literasi keuangan terhadap <i>behavioral intention to use</i>	116
7. Pengaruh <i>Attitude toward using</i> terhadap <i>behavioral intention to use</i>	121
8. Pengaruh <i>Behavioral intention to use</i> terhadap <i>actual use</i>	125
9. Pengaruh <i>PU</i> terhadap <i>BIU</i> melalui <i>ATU</i>	129
10. Pengaruh <i>PEOU</i> terhadap <i>BIU</i> melalui <i>ATU</i>	135
11. Pengaruh <i>LK</i> terhadap <i>AU</i> melalui <i>BIU</i>	140
12. Pengaruh <i>ATU</i> terhadap <i>AU</i> melalui <i>BIU</i>	145
BAB VI: PENUTUP.....	151
6.1 Kesimpulan	151
6.2 Keterbatasan	154
6.3 Saran	154
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	28
Tabel 3.1 Sebaran Sampel	46
Tabel.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas Konvergen	61
Tabel 3.4 Parameter Uji Validitas Deskriminan	62
Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif Penelitian	74
Tabel 4.2. Hasil Uji Convergent Validity	79
Tabel 4.3 Hasil Uji Average Variance Extracted	81
Tabel 4.4 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	82
Tabel 4.5 Cross Loading Discriminant validity	83
Tabel 4.6 Hasil Uji R Square	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Langsung.....	86
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tidak Langsung (Mediasi)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Zakat Indonesia tahun 2019-2024	1
Gambar 1.2. Potensi vs Realisasi Zakat di Kota Malang (2020–2024)	3
Gambar 2.3. Model Hipotesis	40
Gambar 4.1 Jenis Kelamin.....	69
Gambar 4.2 Usia.....	70
Gambar 4.3 Pekerjaan.....	70
Gambar 4.4 Rata-rata pendapatan per bulan	71
Gambar 4.5 Alamat Domisili.....	72
Gambar 4.6 Pengalaman membayar zakat online	72
Gambar 4.7 Platform zakat yang digunakan	73
Gambar 4.8 Gambar <i>Crosloading</i>	79
Gambar 4.9 Gambar <i>Graphical Output</i> Uji Hipotesis.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisioner Penelitian.....	162
Lampiran Tabulasi Data	167

ABSTRAK

Irohdathul Novianti, 2025, Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan Literasi Keuangan Terhadap Terhadap *Actual Use* Dalam Membayar Zakat Online Melalui *Attitude Toward Using* Dan *Behavioral Intention To Use* (Studi Pada Komunitas Muslimat Nu Di Kota Malang), Program Studi Magister Ekonomi syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing I: Dr. Indah Yuliana, SE., M.M. Pembimbing II: Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, Literasi Keuangan, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention To Use*, *Actual Use*, Zakat Digital.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam pengelolaan dan penyaluran zakat, termasuk melalui pemanfaatan platform zakat online. Namun, tingkat penggunaan zakat digital di masyarakat masih dipengaruhi oleh berbagai faktor perilaku dan kognitif pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, literasi keuangan, dan *attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* serta *actual use* dalam membayar zakat secara online dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan jumlah responden sebanyak 256 orang. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.2.5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *attitude toward using*. Selain itu, *attitude toward using* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use*. Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use* baik secara langsung maupun melalui mediasi *behavioral intention to use*, yang menunjukkan adanya mediasi parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat perilaku memegang peran penting sebagai penghubung antara faktor kognitif, sikap, dan perilaku aktual dalam penggunaan zakat digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa adopsi zakat digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional seperti manfaat dan kemudahan, tetapi juga oleh sikap positif dan niat perilaku yang terbentuk dari literasi keuangan dan penerimaan teknologi. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya peran lembaga pengelola zakat dalam meningkatkan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, serta pembentukan sikap positif agar penggunaan zakat digital dapat meningkat secara berkelanjutan dan selaras dengan nilai-nilai syariah.

ABSTRACT

Novianti, Irohdathul. (2025). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Financial Literacy on the Actual Use of Online Zakat Payment through Attitude Toward Using and Behavioral Intention to Use (A Study of the Muslimat NU Community in Malang City)*. Master's Program in Islamic Economics, Graduate School, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Supervisor I: Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M. Supervisor II: Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si.

Keywords: Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Financial Literacy; Attitude Toward Using; Behavioral Intention to Use; Actual Use; Digital Zakat

The development of digital technology has encouraged transformation in the management and distribution of zakat, particularly through the use of online zakat platforms. However, the level of digital zakat adoption among the public remains influenced by various cognitive and behavioral factors. This study aims to analyze the effects of perceived usefulness, perceived ease of use, financial literacy, and attitude toward using on behavioral intention to use and actual use of online zakat payment, employing the Technology Acceptance Model (TAM) framework. This research was conducted using a quantitative approach involving the Muslimat NU community in Malang City. Data were collected through an online questionnaire distributed to 256 respondents. Data analysis was performed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS software version 4.2.5.

The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have positive and significant effects on behavioral intention to use, both directly and indirectly through attitude toward using. Furthermore, attitude toward using significantly influences actual use through behavioral intention to use. Financial literacy also has a positive and significant effect on actual use, both directly and indirectly through the mediation of behavioral intention to use, indicating the presence of partial mediation. These findings demonstrate that behavioral intention plays a crucial role as a linking mechanism between cognitive factors, attitudes, and actual behavior in the adoption of digital zakat.

Overall, this study confirms that the adoption of digital zakat is not solely driven by rational considerations such as perceived benefits and ease of use, but is also strongly influenced by positive attitudes and behavioral intentions shaped by financial literacy and technology acceptance. The implications of this study highlight the importance of zakat management institutions in enhancing perceived usefulness, ease of use, financial literacy, and the formation of positive attitudes to promote sustainable digital zakat adoption in alignment with Islamic values.

الملخص

إيروهداثول نوفياني، 2025، تأثير الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة والمعرفة المالية على الاستخدام الفعلي لدفع الزكاة إلكترونياً من خلال الموقف من الاستخدام والنية السلوكية للاستخدام (دراسة على مجتمع مسلمات نخبه العلماء في مدينة مالانج)، برنامج ماجستير الاقتصاد الإسلامي، برنامج الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، المشرف الأول: د. إنداه يوليانا، ماجستير في الاقتصاد، المشرف الثاني: د. فيفين ماهاراني إكواتي، ماجستير في العلوم.

الكلمات المفتاحية: الفائدة المتصورة، سهولة الاستخدام المتصورة، المعرفة المالية، الموقف من الاستخدام، النية السلوكية للاستخدام، الاستخدام الفعلي، الزكاة الرقمية.

أدى تطور التكنولوجيا الرقمية إلى تحول في إدارة وتوزيع الزكاة، بما في ذلك من خلال استخدام منصات الزكاة الإلكترونية مع ذلك، لا يزال مستوى استخدام الزكاة الرقمية في المجتمع متأثراً بعوامل سلوكية ومعرفية متنوعة لدى المستخدمين. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير كل من الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والمعرفة المالية، والاتجاه نحو الاستخدام على النية السلوكية لاستخدام مدفوعات الزكاة الإلكترونية والاستخدام الفعلي لها، وذلك باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا الإسلامي بمدينة مالانج، باستخدام منهج كمي (NU) أجريت هذه الدراسة في مجتمع نخبه العلماء (TAM). جمعت البيانات من خلال استبيان إلكتروني شارك فيه 256 مستجيباً. وتم تحليل البيانات باستخدام طريقة نمذجة المعادلات الإصدار SmartPLS 4.2.5 بمساعدة برنامج (SEM-PLS) الهيكلية - المربعات الصغرى الجزئية.

تُظهر النتائج أن للفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة تأثيراً إيجابياً وهاماً على النية السلوكية للاستخدام، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الاتجاه نحو الاستخدام. علاوة على ذلك، تبين أن الاتجاه نحو الاستخدام يؤثر بشكل كبير على الاستخدام الفعلي من خلال النية السلوكية للاستخدام. تُؤثر الثقافة المالية إيجاباً وبشكل كبير على الاستخدام الفعلي للزكاة الرقمية، سواءً بشكل مباشر أو من خلال النية السلوكية للاستخدام، مما يُشير إلى وساطة جزئية تُبين هذه النتائج أن النية السلوكية تلعب دوراً محورياً كحلقة وصل بين العوامل المعرفية والاتجاهات والسلوك الفعلي في استخدام الزكاة الرقمية.

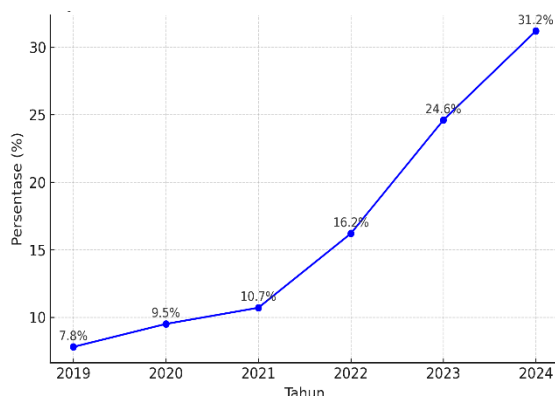
وبشكل عام، تؤكد هذه الدراسة أن تبني الزكاة الرقمية لا يتأثر فقط بالجوانب العقلانية كالمزايا وسهولة الاستخدام، بل أيضاً بالاتجاهات الإيجابية والنوايا السلوكية المستمدة من الثقافة المالية وتقبل التكنولوجيا. تؤكد نتائج هذا البحث على الدور الهام لمؤسسات إدارة الزكاة في تحسين تصورات المزايا وسهولة الاستخدام والثقافة المالية، وتعزيز الاتجاهات الإيجابية، بما يُتيح زيادة استخدام الزكاة الرقمية بشكل مُستدام ومتوافق مع قيم الشريعة الإسلامية.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar apabila dikelola secara optimal oleh organisasi pengelola zakat. Sebanyak 86,98% dari 244,7 juta penduduk Indonesia beragama Islam, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yang mencapai sekitar 25% dari populasi Muslim global (Timesprayer, 2025). Potensi ini dapat menjadi instrumen strategis dalam pengentasan kemiskinan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Fenomena ini sejalan dengan perkembangan pertumbuhan zakat Tahun 2019 hingga 2024, seperti yang tertera pada gambar 1.1.

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Zakat Indonesia tahun 2019-2024



Sumber: BAZNAS, 2025

Berdasarkan gambar 1. Dapat dijelaskan bahwa zakat di Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun 2019-2024, pertumbuhan tertinggi terjadi di tahun 2024 dengan nilai 31,2% terlihat adanya peningkatan signifikan dalam penghimpunan zakat selama periode 2019 hingga 2024, dengan capaian tertinggi sebesar 31,2% pada tahun terakhir. Kenaikan ini dipicu oleh perluasan akses layanan zakat berbasis teknologi, masifnya edukasi masyarakat terkait kewajiban zakat, serta penguatan sistem kelembagaan melalui dukungan regulasi dan kolaborasi lintas sektor. Penggunaan

aplikasi digital mempermudah transaksi, sementara sistem penggajian otomatis turut mendorong konsistensi pembayaran dari muzaki. Peningkatan tersebut berkontribusi pada penguatan fungsi distribusi zakat, terutama dalam mendukung program pemberdayaan ekonomi dan bantuan sosial berbasis keadilan. Efeknya tidak hanya terlihat pada aspek konsumtif, melainkan juga pembangunan jangka panjang melalui pemberian modal usaha, pelatihan, dan pendidikan bagi kelompok rentan. Dengan pencapaian ini, zakat semakin berperan sebagai mekanisme alternatif yang efektif dalam mendorong redistribusi ekonomi dan memperkecil kesenjangan sosial di Indonesia. Potensi besar ini tidak hanya tercermin pada level nasional, tetapi juga terlihat secara nyata di tingkat daerah, seperti di Provinsi Jawa Timur yang memiliki kontribusi strategis dalam penguatan ekosistem zakat.

Provinsi Jawa Timur menempati posisi strategis dalam penguatan tata kelola zakat. Provinsi ini mencatat estimasi potensi zakat mencapai Rp36 triliun per tahun, mencerminkan besarnya kapasitas ekonomi masyarakat yang dapat dikembangkan melalui instrumen zakat (Baznas, 2023). Meski demikian, capaian aktualnya masih berada jauh di bawah angka tersebut. Per akhir 2024, BAZNAS Jawa Timur hanya mampu menghimpun sekitar Rp60 miliar, meskipun proyeksi potensi tahunannya ditargetkan menembus Rp110 miliar (Antaranews, 2024). Rendahnya realisasi ini mengindikasikan adanya tantangan struktural, mulai dari minimnya penetrasi sistem digital zakat, terbatasnya cakupan edukasi kepada muzaki, hingga belum optimalnya jaringan distribusi zakat secara merata di seluruh kabupaten/kota. Padahal, jika dioptimalkan, dana zakat dari wilayah ini dapat diarahkan untuk memperkuat sektor produktif masyarakat berpenghasilan rendah, mendukung program kemandirian ekonomi, serta memperluas layanan sosial berbasis keadilan distributif.

Potensi zakat di Kota Malang tergolong besar, terutama berasal dari berbagai sektor seperti jasa, pendidikan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan pertumbuhan ekonomi daerah yang cukup stabil serta meningkatnya jumlah penduduk berpenghasilan tetap, potensi dana zakat yang dapat dihimpun setiap tahun terus mengalami peningkatan. Namun, besarnya potensi tersebut belum diimbangi dengan realisasi penghimpunan yang optimal. Data BAZNAS Kota Malang (2024) menunjukkan bahwa total potensi zakat di wilayah ini diperkirakan mencapai Rp19,1 miliar per tahun, namun realisasi penghimpunannya hanya sekitar Rp1,2 miliar hingga akhir tahun 2024. Kondisi ini menandakan adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi dan capaian zakat, di mana baru sekitar 6–7% dari total potensi yang berhasil dihimpun. Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa optimalisasi pengumpulan zakat masih memiliki ruang yang luas untuk ditingkatkan, terutama dalam pemanfaatan kanal pembayaran berbasis digital yang dapat memperluas jangkauan dan efisiensi penghimpunan zakat di Kota Malang.

Gambar 1.2. Potensi vs Realisasi Zakat di Kota Malang (2020–2024)



Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya penghimpunan zakat di Kota Malang adalah belum optimalnya pemanfaatan layanan digital dalam pembayaran zakat. Meskipun lembaga amil zakat telah menyediakan berbagai kanal pembayaran

online seperti transfer bank, QRIS, dan marketplace zakat, tingkat penggunaannya masih relatif rendah. Rendahnya adopsi zakat digital ini tidak terlepas dari sejumlah kendala seperti literasi keuangan dan digital masyarakat yang masih terbatas, serta kurangnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat. Fitriani dan Khoiriyah (2022) serta Pratama (2021) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap lembaga amil berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara online. Selain itu, minimnya sosialisasi terkait keamanan dan manfaat layanan zakat digital turut menjadi penghambat peningkatan partisipasi masyarakat. , Ramadhani et al (2020) serta Putri dan Zainuddin (2023) menjelaskan bahwa persepsi positif terhadap sistem digital belum cukup mendorong perilaku pembayaran zakat apabila tidak disertai dengan pemahaman dan pengetahuan yang memadai mengenai tata cara, manfaat, serta kredibilitas sistem zakat online. Dengan demikian, rendahnya adopsi zakat digital di Kota Malang tidak hanya disebabkan oleh faktor teknis, tetapi juga oleh faktor kognitif seperti pengetahuan, literasi keuangan, dan persepsi terhadap teknologi. Hal ini memperkuat urgensi penelitian untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh literasi keuangan, persepsi teknologi, dan tingkat pengetahuan masyarakat terhadap keputusan membayar zakat secara online.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada komunitas tertentu di tingkat lokal agar dapat menggambarkan perilaku masyarakat secara lebih kontekstual. Penelitian ini difokuskan pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang beserta lingkungan sosial di sekitarnya yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial. Komunitas ini dipilih karena memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dalam aktivitas keagamaan, termasuk dalam praktik pengumpulan dan penyaluran zakat, sehingga relevan untuk mengkaji perilaku masyarakat terhadap pembayaran zakat

secara online. Dalam praktiknya, kegiatan Muslimat NU tidak hanya diikuti oleh anggota perempuan, tetapi juga melibatkan masyarakat sekitar, termasuk tokoh laki-laki dan keluarga anggota, yang secara rutin berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan ekonomi umat. Selain itu, Muslimat NU Kota Malang juga menjalin kerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Malang dalam pelaksanaan program edukasi zakat, sosialisasi pembayaran zakat melalui kanal digital, serta pemberdayaan ekonomi berbasis zakat di tingkat komunitas (BAZNAS Kota Malang, 2024). Oleh karena itu, komunitas ini dipandang sebagai representasi masyarakat Muslim perkotaan yang religius, dinamis, dan memiliki potensi besar dalam mendukung optimalisasi penghimpunan zakat digital di tingkat lokal.

Dalam hal ini, kerangka *Technology Acceptance Model* atau TAM dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu model paling populer yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan terhadap sistem teknologi informasi oleh pengguna. TAM menjadi acuan utama dalam berbagai penelitian yang berkaitan dengan adopsi teknologi, karena mampu menjelaskan bagaimana dan mengapa seseorang bersedia menggunakan suatu sistem berbasis teknologi. Dalam konteks penelitian ini, asumsi-asumsi dasar TAM menjadi landasan berpikir untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan variabel-variabel terkait lainnya dalam menggunakan layanan zakat online.

Perceived usefulness, merupakan komponen utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dipersiapkan oleh Davis (1989). Konsep ini menjelaskan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas tugasnya. Dalam konteks penelitian ini, *perceived usefulness* dipahami sebagai keyakinan masyarakat Kota Malang bahwa

platform zakat online, baik berupa aplikasi maupun website, mampu mempermudah, mempercepat, serta mengamankan proses pembayaran zakat. Berdasarkan asumsi TAM, persepsi terhadap manfaat teknologi akan membentuk sikap positif (*attitude toward using*), meningkatkan niat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan pada akhirnya memengaruhi penggunaan aktual (*actual use*) dalam pembayaran zakat online. Penelitian (Ichwan & Ghofur, 2020; Izzuddin & Rohman, 2022; Purwanto, 2021) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan zakat online. Namun, tidak semua penelitian mendukung adanya pengaruh langsung PU terhadap keputusan membayar zakat online. Penelitian yang dilakukan oleh Ninglasari (2021 dan Rani (2025) menemukan bahwa PU tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan aktual, melainkan lebih dulu dimediasi oleh sikap pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun masyarakat menilai platform zakat online bermanfaat, penilaian tersebut tidak serta-merta mendorong keputusan aktual untuk membayar zakat, tanpa adanya peran faktor lain seperti *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, *Perceived ease of use*, maupun literasi keuangan.

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Konsep ini merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya besar atau kompleksitas yang tinggi. Dalam konteks penelitian ini, *perceived ease of use* dipahami sebagai keyakinan masyarakat Kota Malang bahwa platform zakat online mudah diakses, dipelajari, serta digunakan dalam proses pembayaran zakat. Sejalan dengan asumsi dasar TAM, beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi

kemudahan dapat membentuk sikap positif (*attitude toward using*), meningkatkan niat menggunakan (*behavioral intention to use*), hingga mendorong penggunaan aktual (*actual use*). Hasil penelitian (Ichwan & Ghofur, 2020; Izzuddin & Rohman, 2022; Purwanto, 2021), menegaskan bahwa kemudahan pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat. Namun, temuan ini tidak sepenuhnya konsisten. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Fuadiyah (2024) dan Yulistiyani (2024), menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat maupun keputusan membayar zakat online. Dengan demikian, meskipun kemudahan penggunaan dapat memperkuat persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan membangun sikap positif, faktor ini bukanlah penentu langsung terhadap keputusan aktual. Oleh karena itu, variabel lain seperti *attitude toward using* dan *behavioral intention to use* perlu diperhatikan sebagai jalur mediasi yang menjembatani pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual use* dalam konteks pembayaran zakat digital.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dasar-dasar keuangan dan membuat keputusan finansial yang baik, termasuk terkait dengan kewajiban zakat (Indra Kurniawan, 2023). Dalam konteks pembayaran zakat secara digital, literasi keuangan berperan penting karena memengaruhi kesadaran individu terhadap kewajiban zakat, pemahaman terhadap berbagai saluran pembayaran yang tersedia, serta kemampuan menggunakan teknologi digital secara efektif. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional, kritis, dan terinformasi dalam mengambil keputusan, termasuk dalam pembayaran zakat secara online. Penelitian oleh Wardani & Puspaningtyas (2021) dan Nugraha (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan membayar zakat melalui platform digital. Namun, penelitian Munir dan Mais (2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki milenial dalam menggunakan *platform fintech* untuk pembayaran zakat, karena faktor kepercayaan lebih dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan berkontribusi pada peningkatan pemahaman dan kesadaran, tetapi pengaruhnya terhadap *actual use* lebih efektif apabila dimediasi oleh sikap positif (*attitude toward using*) dan niat menggunakan (*behavioral intention to use*).

Urgensi penelitian ini terletak pada kesenjangan yang masih besar antara potensi dan realisasi penghimpunan zakat di Kota Malang yang menunjukkan belum optimalnya peran zakat sebagai instrumen kesejahteraan umat. Meskipun potensi zakat di daerah ini tergolong tinggi, jumlah yang berhasil dihimpun masih rendah dan belum sebanding dengan kapasitas ekonomi masyarakat. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendekatan baru dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat, tidak hanya melalui aspek kelembagaan, tetapi juga dari sisi perilaku masyarakat dalam berzakat. Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi potensial untuk menjembatani kesenjangan tersebut, karena dapat meningkatkan akses, efisiensi, dan transparansi pembayaran zakat. Namun, tingkat adopsi zakat digital masih rendah akibat faktor literasi keuangan yang terbatas, persepsi masyarakat yang beragam terhadap kemudahan dan manfaat layanan digital, serta sikap dan niat yang belum sepenuhnya mendorong perilaku pembayaran zakat secara aktual (Hainurrahma, 2024; Kasri & Yuniar, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan zakat digital di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai dasar teoritis utama. TAM menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) suatu teknologi memengaruhi sikap (*attitude toward using*), yang pada akhirnya membentuk niat (*behavioral intention to use*) dan mendorong perilaku aktual (*actual use*). Dalam konteks zakat digital, TAM membantu menjelaskan bagaimana masyarakat menilai manfaat dan kemudahan platform zakat online dalam mendorong keputusan membayar zakat secara digital. Sejalan dengan asumsi TAM, penelitian sebelumnya menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat maupun keputusan membayar zakat online (Hainnuraqma & Rahman, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2022) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* terbukti meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam memanfaatkan layanan zakat digital. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan temuan yang berbeda. Ninglasari (2021) menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan aktual tanpa dimediasi oleh sikap, sementara penelitian Fuadiyah (2024) dan Yulistiyani (2024) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak selalu mendorong niat maupun keputusan aktual membayar zakat online. Selain itu, literasi keuangan juga memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan antara persepsi terhadap teknologi dan keputusan membayar zakat. Menurut Wardani & Puspaningtyas, (2021) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat melalui platform digital. Namun, penelitian Munir & Mais (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan pada muzakki milenial karena faktor kepercayaan lebih

dominan. Dengan demikian, kerangka TAM dalam penelitian ini diperkaya dengan variabel literasi keuangan sebagai faktor eksternal yang relevan, serta peran mediasi *attitude toward using* dan *behavioral intention to use* untuk menjelaskan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait adopsi zakat digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online?
4. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online?
5. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online?
7. Apakah *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online?
8. Apakah *behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online?

9. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online?
10. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online?
11. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online?
12. Apakah *attitude toward using* berpengaruh terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online.

7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *behavioral intention to use* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.
11. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online.
12. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *attitude toward using* terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada Jurusan Ekonomi Syariah di Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam pengembangan topik khususnya pada model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas dengan memasukkan literasi keuangan dan variabel mediasi pengetahuan. Penelitian ini juga memperkaya literatur tentang perilaku

pengguna dalam konteks zakat online yang masih sedikit dibahas, terutama dalam pendekatan kuantitatif berbasis perilaku (*behavioral approach*).

2. Manfaat Praktis, Penelitian ini memberikan gambaran kepada pengelola zakat, seperti BAZNAS atau LAZ, mengenai faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar zakat secara online. Dengan mengetahui peran penting dari literasi keuangan, persepsi kemudahan dan manfaat, serta pengetahuan pengguna, zakat dapat merancang strategi edukasi, sosialisasi, dan peningkatan layanan digital yang lebih tepat sasaran.
3. Manfaat Akademis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku masyarakat dalam membayar zakat secara digital. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi pengetahuan serta keputusan dalam pengadopsian zakat online, sehingga memperkaya kajian literatur dalam bidang keuangan syariah digital dan perilaku adopsi teknologi berbasis syariah.

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang kemudian disederhanakan dan difokuskan pada konteks penggunaan sistem informasi. TAM mengidentifikasi dua konstruk utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *perceived usefulness (PU)* dan *perceived ease of use (PEOU)*. PU didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan PEOU adalah tingkat keyakinan bahwa penggunaan sistem tersebut bebas dari usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Kedua konstruk ini berperan dalam membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*), yang selanjutnya memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention to use*) dan akhirnya mengarah pada penggunaan aktual (*actual system use*). Dalam pengembangan selanjutnya, model ini diperluas menjadi TAM2 dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*.

Penelitian ini berlandaskan teori TAM yang dimodifikasi sesuai dengan karakteristik objek yang diteliti, yaitu perilaku masyarakat dalam menggunakan aplikasi zakat berbasis digital. Model TAM relevan untuk menjelaskan bagaimana persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan literasi keuangan memengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Apabila pengguna merasa bahwa aplikasi zakat online memberikan manfaat nyata seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta transparansi penyaluran dana, maka hal tersebut akan membentuk persepsi positif terhadap fungsinya. Sebaliknya, apabila aplikasi mudah digunakan dan prosedur transaksinya sederhana, pengguna akan merasa nyaman dan tidak terbebani. Persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan ini kemudian menumbuhkan sikap positif terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*), yang selanjutnya memperkuat niat untuk terus menggunakan layanan tersebut (*behavioral intention to use*) hingga tercermin dalam perilaku nyata (*actual use*) dalam membayar zakat secara digital.

Selain dua konstruk utama dalam TAM, penelitian ini menambahkan literasi keuangan sebagai variabel independen tambahan yang dinilai berperan penting dalam memengaruhi sikap dan niat perilaku terhadap penggunaan aplikasi zakat online. Literasi keuangan menggambarkan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan, mengelola dana dengan bijak, serta mengambil keputusan finansial yang sesuai dengan prinsip syariah. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik akan lebih memahami manfaat dan mekanisme zakat online, sehingga lebih siap untuk mengadopsi teknologi tersebut sebagai sarana berzakat.

Setiap variabel dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki dimensi pengukuran yang telah banyak diadopsi dalam penelitian terdahulu. Variabel utama dalam model ini meliputi *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *attitude toward using* (ATU), *behavioral intention to use* (BIU), dan *actual use* (AU). PU dan PEOU menjelaskan persepsi

individu terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi zakat online, yang selanjutnya membentuk sikap positif (ATU) serta niat untuk menggunakan (BIU), hingga tercermin dalam perilaku penggunaan nyata (AU). Model ini memberikan kerangka yang sistematis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap aplikasi zakat digital (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000).

a) *Perceived Usefulness*

Menurut Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), *Perceived Usefulness* atau persepsi mengenai kegunaan adalah kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi karena meyakini bahwa teknologi tersebut dapat membantu menyelesaikan pekerjaannya secara lebih efektif dan efisien. Keyakinan ini mencerminkan pandangan positif individu terhadap manfaat teknologi dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas kinerja. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Chaula & Joshi (2019), menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* merupakan kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu akan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja pengguna. Dalam konteks ini, persepsi kegunaan tidak hanya mencakup efisiensi waktu dan tenaga, tetapi juga meliputi kemudahan akses, kecepatan, akurasi, serta kemampuan teknologi dalam memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan metode konvensional. Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* adalah evaluasi subjektif individu terhadap sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan manfaat nyata dan terukur bagi aktivitasnya. Persepsi ini menjadi salah satu determinan penting dalam pembentukan sikap

dan keputusan individu untuk menerima serta menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Semakin tinggi persepsi kegunaan terhadap suatu teknologi, semakin besar pula kemungkinan teknologi tersebut diterima oleh penggunanya.

Dalam konteks layanan zakat berbasis digital, *Perceived Usefulness* berperan penting dalam membentuk keyakinan masyarakat mengenai efektivitas dan efisiensi layanan zakat online. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, *Perceived Usefulness* digunakan sebagai variabel independen yang diasumsikan berpengaruh terhadap pengetahuan masyarakat dalam menggunakan layanan zakat secara daring. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini mengacu pada penelitian Davis (1989) serta pengembangan oleh Venkatesh & Davis (2000), yaitu:

- 1) Persepsi bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan efektivitas dalam membayar zakat,
- 2) Kemampuan layanan zakat online dalam mempercepat proses pembayaran,
- 3) Efisiensi penggunaan waktu dan tenaga,
- 4) Kontribusi teknologi terhadap peningkatan kualitas pengelolaan zakat.

b) *Perceived Ease Of Use*

Menurut Indarsin & Ali (2017), *Perceived Ease of Use* atau persepsi mengenai kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang berlebihan, sehingga teknologi tersebut dianggap mudah dipelajari dan dioperasikan. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi

pula kemungkinan individu akan menerima dan menggunakannya secara berkelanjutan. Hal serupa disampaikan oleh Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), yang mendefinisikan *Perceived Ease of Use* sebagai persepsi pengguna mengenai sejauh mana suatu teknologi memberikan kenyamanan serta meminimalkan usaha dalam penggunaannya. Kemudahan tersebut dapat terlihat melalui antarmuka yang sederhana, navigasi yang intuitif, serta dukungan teknis yang jelas dan membantu, sehingga menciptakan pengalaman penggunaan yang positif. Berdasarkan pandangan para ahli, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* merupakan persepsi subjektif individu mengenai kemudahan dalam mempelajari, memahami, serta memanfaatkan suatu teknologi. Apabila pengguna merasa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa hambatan teknis yang berarti, maka tingkat penerimaannya akan meningkat.

Dalam konteks layanan zakat digital, *Perceived Ease of Use* menjadi variabel penting yang diyakini memengaruhi pengetahuan masyarakat dalam menggunakan platform zakat online. Akses yang mudah, tampilan antarmuka yang sederhana, serta prosedur pembayaran yang praktis merupakan aspek yang mampu meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap layanan zakat digital. Indikator pengukuran variabel ini diadaptasi dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) serta disempurnakan oleh Venkatesh dan Davis (2000), yaitu:

- 1) Kemudahan navigasi pada aplikasi,
- 2) Kesederhanaan prosedur pembayaran zakat,

- 3) Kejelasan informasi dan instruksi yang disediakan,
- 4) Kemudahan dalam memahami dan menggunakan fitur-fitur zakat digital.

c) *Attitude Toward Using*

Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) merujuk pada kecenderungan individu untuk memberikan penilaian positif atau negatif terhadap suatu teknologi. Sikap ini mencerminkan evaluasi pribadi terhadap sejauh mana teknologi dianggap bermanfaat dan menyenangkan untuk digunakan, yang pada akhirnya memengaruhi kemauan untuk mengadopsinya.

Menurut Setyawati (2020) sikap terhadap penggunaan merupakan pandangan individu dalam menerima atau menolak suatu teknologi berdasarkan pengalaman dan persepsinya. Sementara itu, Venkatesh & Davis (2000) menjelaskan bahwa sikap ini terbentuk dari respons emosional baik positif maupun negative yang muncul ketika seseorang berinteraksi dengan teknologi. Jogiyanto (2007) menegaskan bahwa sikap terhadap penggunaan merupakan hasil dari persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Dengan kata lain, semakin seseorang merasa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan, semakin positif sikapnya terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Dalam konteks zakat digital, *Attitude Toward Using* mencerminkan sikap masyarakat terhadap penggunaan layanan zakat

online. Sikap ini berperan sebagai variabel mediasi dalam model TAM, yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Semakin positif sikap seseorang terhadap layanan zakat digital seperti merasa nyaman, percaya, dan memiliki pengalaman penggunaan yang baik—maka semakin besar pula kecenderungannya untuk terus menggunakan layanan tersebut. Indikator variabel ini mengacu pada penelitian Venkatesh & Davis (2000) dan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhani et al, (2020) dan Rahmayanti & Pratiwi (2022). yang meliputi:

- 1) Perasaan senang dalam menggunakan layanan zakat digital,
- 2) Keyakinan bahwa penggunaan layanan tersebut bermanfaat,
- 3) Kenyamanan dalam melakukan transaksi zakat secara daring.

d) *Behavioral Intention To Use*

Behavioral Intention to Use merupakan niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam waktu dekat. Menurut Venkatesh, V., & Davis (2000), mendefinisikannya sebagai faktor utama yang merepresentasikan kesediaan individu untuk menggunakan teknologi, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaannya. Niat ini berfungsi sebagai prediktor terhadap perilaku aktual pengguna di masa mendatang. Menurut Setyawati (2020) menambahkan bahwa *Behavioral Intention to Use* mencerminkan dorongan internal, keinginan, dan kesiapan seseorang dalam mengadopsi teknologi baru. Niat tersebut terbentuk melalui kombinasi persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*), kemudahan penggunaan

(*Perceived Ease of Use*), dan sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Using*). Dalam kerangka TAM, *Behavioral Intention* menjadi jembatan antara faktor kognitif dan perilaku aktual pengguna.

Dengan demikian, *Behavioral Intention to Use* dapat diartikan sebagai komitmen psikologis seseorang untuk menggunakan teknologi secara aktif di masa depan. Dalam konteks zakat digital, niat ini menggambarkan sejauh mana masyarakat memiliki motivasi dan kesiapan untuk membayar zakat melalui platform digital. Semakin kuat niat tersebut, semakin tinggi pula kemungkinan terjadinya penggunaan aktual secara konsisten. Indikator variabel ini diadaptasi dari model TAM (Venkatesh & Davis, 2000) serta penelitian Ramadhani et al. (2020), yang meliputi:

- 1) Keinginan untuk menggunakan layanan zakat digital,
- 2) Rencana menggunakan aplikasi zakat online,
- 3) Ketertarikan untuk terus menggunakan layanan zakat digital.

e) *Actual System Use*

Actual System Use mengacu pada sejauh mana individu benar-benar menggunakan suatu sistem atau teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Davis (1989) menjelaskan bahwa penggunaan aktual merupakan bentuk nyata dari adopsi teknologi setelah melewati tahap niat dan persepsi awal. Venkatesh, V., & Davis (2000), menambahkan bahwa variabel ini menjadi indikator penting keberhasilan implementasi teknologi, karena menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya berniat,

tetapi telah benar-benar mengintegrasikan teknologi tersebut dalam kesehariannya.

Dalam konteks zakat digital, *Actual System Use* merepresentasikan sejauh mana masyarakat secara konsisten menggunakan aplikasi zakat online untuk menunaikan kewajiban zakat. Variabel ini penting karena mencerminkan keberhasilan sistem dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dan efektivitas layanan. Semakin sering dan konsisten penggunaan aplikasi zakat digital, semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan efisiensi dan transparansi pengelolaan zakat.

Berdasarkan penelitian (Pramono & Hidayat, 2021; Ramadhani et al, 2020) indikator variabel ini meliputi:

- 1) Frekuensi penggunaan aplikasi layanan zakat digital,
- 2) Konsistensi penggunaan layanan zakat online,
- 3) Preferensi terhadap penggunaan platform digital dibandingkan metode konvensional,
- 4) Ketergantungan pada aplikasi layanan zakat digital.

2. Literasi Keuangan

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan tidak hanya dipandang sebagai kemampuan dalam mengelola uang dan memahami produk keuangan, tetapi juga menyangkut nilai-nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Islam sangat menekankan pentingnya pengelolaan harta secara bijak, transparan, dan sesuai syariah agar dapat membawa keberkahan baik secara individu maupun kolektif. Oleh karena itu, konsep literasi keuangan syariah menjadi sangat relevan dalam membentuk perilaku ekonomi umat yang berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an

dan Hadis. Sebagai penguat nilai dan norma dalam berkeuangan secara islami, ajaran Islam telah memberikan pedoman dalam Al-Qur'an dan Hadis terkait pentingnya mencatat transaksi, menjauhi riba, serta menunaikan amanah dalam setiap bentuk muamalah. Berikut adalah salah satu ayat Al-Qur'an dan hadis yang relevan dalam konteks literasi keuangan syariah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman Apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, maka tulisklah (hutang-piutang itu). Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar dan adil. Dan janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya kepadanya, maka hendaklah ia menulis. Dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang ditulis). Hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikit pun dari hutangnya itu” (QS. Al-Baqarah: 282).

Ayat tersebut menegaskan pentingnya pencatatan dan keteraturan dalam transaksi keuangan. Dalam *Tafsir Ibnu Katsir*, QS. Al-Baqarah ayat 282 dijelaskan sebagai perintah untuk mencatat transaksi utang-piutang guna menjaga keadilan dan menghindari perselisihan (Ibnu Katsir, 2000). Sejalan dengan itu, Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Mishbah* menekankan bahwa ayat ini mengandung nilai transparansi dan akuntabilitas dalam bermuamalah (Shihab, 2002). Sedangkan untuk hadist nya yakni:

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.” (HR. Muslim).

Hadist tersebut diriwayatkan oleh Ahmad dan Ath-Thabrani, serta dinilai hasan oleh Al-Albani. Hadis ini menekankan pentingnya memberikan manfaat bagi sesama, yang dalam konteks literasi keuangan syariah tercermin pada

kemampuan mengelola harta secara halal, bertanggung jawab, dan bernilai ibadah (Al-Albani, 1999).

Hadis tersebut secara tidak langsung mendorong umat Islam untuk menjadi pribadi yang bijak dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan. Seorang Muslim yang memiliki kesadaran finansial yang baik tidak hanya mampu memenuhi kebutuhannya sendiri, tetapi juga dapat memberi manfaat bagi keluarga, masyarakat, dan umat secara luas. Dalam konteks ini, literasi keuangan syariah berperan penting dalam membantu individu mengelola kekayaan secara halal, produktif, dan bernilai ibadah.

Secara umum, literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami serta membuat keputusan yang tepat terkait penggunaan dan pengelolaan uang (Chen & Volpe, 1998). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kesadaran yang lebih baik terhadap pentingnya pengelolaan keuangan pribadi, termasuk dalam menunaikan kewajiban zakat. Dalam penelitian ini, literasi keuangan menjadi variabel penting karena dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menyalurkan zakat melalui platform digital yang aman dan terpercaya. Seseorang dengan literasi keuangan yang baik akan lebih memahami manfaat berzakat melalui lembaga amil zakat resmi serta mampu menilai kredibilitas dan akuntabilitas lembaga tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berpengaruh terhadap kemampuan mengelola uang, tetapi juga terhadap perilaku keagamaan dalam konteks ekonomi digital.

Penelitian terbaru mendukung pandangan ini. Menurut Febriyanti et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi zakat dan literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat profesi melalui platform digital, meskipun *perceived usefulness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil ini menegaskan pentingnya pemahaman finansial dan digital dalam mendorong masyarakat untuk berzakat secara online. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lusardi & Mitchell (2014), Chen & Volpe, (1998), serta disesuaikan dengan konteks zakat digital menurut Febriyanti et al (2024) dan Wahyudi & Arman (2024), indikator dalam variabel literasi keuangan mencakup:

- 1) Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*) merupakan pemahaman tentang konsep dasar, produk dan instrument keuangan.
- 2) Kemampuan (*Ability*) yakni keterampilan praktis dalam mengelola, mengatur anggaran dan mengambil keputusan keuangan.
- 3) Sikap Keuangan (*Financial Attitudes*) dilihat dari cara pandang dan keyakinan terhadap pentingnya menabung serta kehati-hatian dalam penggunaan uang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penyajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Kedudukan penelitian terdahulu mampu menjadi pembanding bagi peneliti untuk mengembangkan konstruk yang telah diteliti sebelumnya. Guna menghindari adanya asumsi plagiasi maka peneliti memaparkan beberapa penelitian

terdahulu dan juga orisinalitas penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Sejumlah penelitian terdahulu secara umum menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan perilaku penggunaan actual digital, termasuk dalam konteks pembayaran zakat secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PeoU) berpengaruh positif terhadap sikap, niat, maupun penggunaan actual layanan digital (Sabna Rifqita Rani, 2025) (Rahman, 2025; Davis, 1989; Rahman, 2024; Hainurrahma, 2024; Ichwan & Ghofur, 2020; Rani 2025). Namun demikian, beberapa studi menemukan bahwa PeoU tidak selalu berpengaruh signifikan, khususnya actual infrastruktur teknologi dan dukungan pengguna belum memadai (Kurniawan, 2023; Kasri & Yuniar, 2021; Waluyo, 2022; Rani 2025). Dengan demikian, meskipun PU dan PeoU merupakan variabel utama dalam TAM, tingkat pengaruhnya dapat berbeda-beda tergantung pada kondisi dan karakteristik responden.

Selain itu, penelitian lain menekankan pentingnya variabel mediasi berupa sikap (*attitude toward using*) dan niat berperilaku (*behavioral intention to use*). Beberapa temuan memperlihatkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan actual digital mendorong niat serta perilaku dalam membayar zakat secara online (Hainurrahma, 2024; Kasri & Yuniar, 2021; Purwanto, 2021). Intensi berperilaku juga terbukti menjadi penghubung penting antara PU dan PeoU dengan penggunaan, sehingga keberadaannya memperkuat penjelasan model TAM dalam konteks zakat digital (Nuryahya, dkk 2021).

Faktor lain yang cukup banyak dikaji adalah literasi, baik dalam bentuk literasi keuangan, literasi digital, maupun literasi zakat. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi berpengaruh signifikan terhadap niat dan kepatuhan membayar zakat secara digital (Kasri & Yuniar, 2021; Nugraha, 2023; Mumtaz & Athoillah, 2025; Arwidia, 2022). Namun, hasil penelitian lain justru menunjukkan bahwa literasi tidak berpengaruh signifikan (Azzahra, 2024; Kurniawan, 2023; Subekti & Muchtasib, 2024). Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa literasi bukan satu-satunya penentu, melainkan berinteraksi dengan aspek lain seperti kepercayaan dan kondisi sosial masyarakat. Selain literasi, sejumlah penelitian menambahkan variabel eksternal yang memperkuat adopsi zakat online, seperti kepercayaan pada pengelola zakat (Rahmantina & Sosianti, 2023; Siahaan & Prihandoko, 2019), religiusitas (Kurniawan, 2023; Waluyo, 2022), literasi keuangan (Marpaung, 2022; Arwidia, 2022), hingga *electronic word of mouth* (Purwanto, 2021). Variabel-variabel ini terbukti berperan dalam meningkatkan niat maupun perilaku, meskipun pengaruhnya juga bervariasi.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa adopsi zakat online dipengaruhi oleh kombinasi teknologi, literasi, kepercayaan, serta sikap dan niat pengguna. Model TAM masih menjadi kerangka yang paling banyak digunakan, dengan PU sebagai variabel yang paling konsisten berpengaruh signifikan. Sementara itu, variabel literasi dan eksternal lainnya menjadi perluasan dari model TAM untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengguna dalam membayar zakat secara digital.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

No	Identitas	Variabel	Populasi & Sampel	Jenis Penelitian & Alat Analisis	Hasil Penelitian	Mendukung Hipotesis
1.	Fred D. Davis (1989) dengan judul “ <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease Of Use</i> Y: <i>User Acceptance</i>	Pengguna IT	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM) dengan LISREL.	PU paling berpengaruh; PEOU memengaruhi PU.	H ₁ , H ₂ , H ₄ ,H ₅ ,H ₆ ,H ₈ ,H ₉ ,H ₁₀
2.	Muhammad Donni Lesmana Siahaan, Prihandoko (2019) dengan judul “Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Kalangan Masyarakat Kampus”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> Y: <i>Trust</i>	Mahasiswa Pancabudi Medan	Kuantitatif, Regresi Linier Berganda.	PU berpengaruh pada trust dalam zakat online.	H ₄
3.	Afiful Ichwan, Ruslam Abdul Ghofur (2020) dengan judul “Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease Of Use</i> Y: Keputusan	Muzakki pengguna Gopay	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM).	PU & PEOU signifikan parsial & simultan.	H ₁ , H ₂
4.	Marhanum Che Mohd Salleh dan Mohammad Abdul Matin Chowdhury (2020) dengan judul “ <i>Technological Transformation in Malaysian Zakat Institutions: A Qualitative Analysis</i> ”	X1 : Pemanfaatan teknologi, Y : Efektivitas operasional	Lembaga zakat Malaysia	Kualitatif, Analisis Tematik (wawancara & studi dokumen)	Teknologi meningkatkan efisiensi & kepercayaan 28ctual.	H ₁ , H ₈
5.	Rahmatina Awaliah Kasri, Adela Miranti Yuniar (2021) dengan	X1: Sikap	Muzakki Indonesia	Kuantitatif , <i>Structural</i>	Sikap dan literasi digital berpengaruh kuat;	H ₆ ,H ₇

	judul “ <i>Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience</i> ”	X2: Norma Subjektif, X3: <i>Perceived Behavioral Control</i> X4: Literasi Digital M: Kepercayaan, Y :Niat membayar zakat		<i>equation Modeling</i> (SEM).	kepercayaan berperan sebagai mediator.	
6.	Erwanda Nuryahya, A. Jajang W. Mahri , Aas Nurasyiah , Fitranty Adiresuty (2021) dengan judul “ <i>Technology acceptance of zakat payment platform: An analysis of modified of unified theory of acceptance and use of technology</i> ”	X1: <i>Performance Expectancy</i> X2: <i>Social Influence</i> , X3: <i>Facilitating Condition</i> M: Kepercayaan, Y: Niat dan Penggunaan zakat online	Pengguna zakat online	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM).	<i>Performance Expectancy</i> dan <i>Social Influence</i> berpengaruh pada niat; <i>Facilitating Condition</i> dan Kepercayaan memengaruhi penggunaan 29ctual.	H ₈
7.	Purwanto, Muhammad Sulthon, Milna Wafirah (2021) dengan judul “ <i>Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i> M: Sikap Z : <i>Electronic Word of Mouth</i> , Y: Niat membayar zakat	Pengguna zakat online	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM) dengan AMOS	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh pada sikap; eWOM memoderasi hubungan dengan niat.	H ₂ ,H ₄ ,H ₅ ,H ₉ ,H ₁₀
8.	Fathya Fikri Izzuddin& Ibrahim Kholilul Rohman (2022) dengan judul “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i>	Pengguna media sosial zakat non-tunai	Kuantitatif , <i>Structural equation</i>	Keduanya berpengaruh positif melalui sikap terhadap keputusan zakat non-tunai.	H ₂ ,H ₄ ,H ₅

	Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai	M: Sikap Y: Keputusan zakat non tunai		Modeling (SEM).		
9.	Waluyo (2022) dengan judul “ <i>What Drives People to Pay Zakat Using Islamic Mobile Banking?</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2 : <i>Perceived Ease of Use</i> X3: Pengetahuan, X4: Religiusitas, Y: Keputusan penggunaan	Pengguna mobile banking syariah	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	<i>Perceived Usefulness</i> , Pengetahuan, Religiusitas signifikan; <i>Perceived Ease of Use</i> tidak signifikan.	H ₁
10.	Shinta Shafa Arwidia (2022) Dengan Judul “Analisis Peran Literasi Keuangan Syariah Dan Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat (Studi Empiris Pada Muzaki Kitabisa.Com)”	X1: Literasi Keuangan X2: Digitalisasi, Y: Kepatuhan membayartzakat	Muzakki Kitabisa	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM).	Literasi signifikan; digitalisasi berperan memoderasi.	H ₃
11.	Rahmatina Awaliah Kasri dan Meis Winih Sosianti (2023) Dengan Judul “ <i>Determinants Of The Intention To Pay Zakat Online: The Case Of Indonesia</i> ”	X1: <i>Facilitating Condition</i> X2: <i>Performance Expectancy</i> X3: Kepercayaan, X4: <i>Social Influence</i> X5: Literasi Digital Y: Niat membayar zakat	Muzakki Indonesia	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM).	Hampir semua berpengaruh signifikan, kecuali <i>Effort Expectancy</i> dan Religiusitas.	H ₆ ,H ₈ ,H ₁₁
12.	Juurn Arip Nugraha (2023) dengan judul “Pengaruh Digital Literacy dan Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Donatur Membayar	X1: Literasi Digital, X2: <i>Perceived Usefulness</i>	Donatur LAZSIMU Tasikmalaya	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM).	Semua signifikan positif.	H ₃ ,H ₆ ,H ₁₁

	Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Melalui Aplikasi Digital”	X3: <i>Perceived Ease of Use</i> Y: Keputusan membayar zakat				
13.	Rasool Mohamed Saladin Abdul, Hainunur Aqma Rahim, Nornajihah Nadia Hasbullah dan Ameiruel Azwan Ab Aziz (2023) dengan judul “ <i>Acceptance of Zakat E-payment System: A Perception of Undergraduates</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2 = <i>Perceived Ease of Use</i> Y = Penerimaan e-Zakat	Mahasiswa	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	Kedua variabel signifikan positif.	H ₁
14.	Indra Kurniawan, Dzikrulloh (2023) dengan judul “ <i>Gen Z Behavioral Intention to Pay Zakat : The Effect Ease of Digital Payment Literacy Zakat and Religiosity</i> ”	X1: Kemudahan, X2: Literasi X3: Religiusitas, Y: Niat membayar zakat	Generasi Z	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	Kemudahan dan religiusitas signifikan; literasi tidak signifikan	H ₅ , H ₇
15.	Hainnuraqma Rahim, Hamidah Muhd Irpan, Nor Balkish Zakaria, Mohamed Fairouz Abdul Khir & Sobhani Farid Ahammad (2024) dengan judul “ <i>Perceived Usefulness And Attitude Toward Intention And Acceptance Of E-Payment Zakat</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i> M: Sikap Y: Niat membayar zakat digital	Pengguna zakat digital	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM)	Keduanya berpengaruh pada sikap; sikap memengaruhi niat	H ₂ , H ₄ , H ₅ , H ₇ , H ₉ , H ₁₀ , H ₁₂
16.	Irwansyah Putra Marpaung, Marliyah, Rahmat Daim Harahap (2024) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Petani Membayar Zakat”	X1: Pengetahuan X2: Kemudahan, Y: Keputusan membayar zakat	Petani	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	Keduanya signifikan baik parsial maupun simultan	H ₂ , H ₃

17.	Azzahra, Dinar Arsyi (2024) dengan judul “ <i>Pengaruh Financial Literacy dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (Studi di Masjid Raya Rahmatan Lil’alamin Kota Tangerang).</i> ”	X1: Literasi Keuangan X2: <i>Perceived Usefulness</i> Y: Keputusan membayar zakat	Jamaah masjid Tangerang	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	<i>Perceived Usefulness</i> signifikan; Literasi Keuangan tidak.	H ₁
18.	Siti Hirdayu Mohd Radzi, Nisrin Alyani Ishak, Ana Salwa Md Zin, Syafiq Dhamiri Ayop, & Rahayu Abdul Rahman. (2024) dengan judul “ <i>The Role of Technology Acceptance Model on Intentions of Zakat Payers in Using Online Zakat Payment Services</i> ”.	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i> Y: Niat membayar zakat	Muzakki Malaysia	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM) dengan AMOS	Keduanya signifikan	H ₂
19.	Mayla Subekti dan Ach. Bakhrul Muchtasib (2024) dengan judul “Pengaruh Literasi, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Membayar Zakat melalui Platform Digital pada Generasi Milenial”	X1: Literasi X2: Kepercayaan, X3: Kemudahan, Y: Keputusan membayar zakat	Milenial	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	Kepercayaan dan kemudahan signifikan; literasi tidak signifikan.	H ₂
20.	Rahayu Abdul Rahman, Siti Hirdayu, Evi Mutia, Evayani dan Nor Balkish Zakaria (2025) dengan judul “ <i>Determinants of e-zakat payment adoption intention: Evidence from Muslim entrepreneurs owners in Malaysia</i> ”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i> X3: Transparansi, X4: Usia, Y:Niat membayar zakat	Pengusaha Muslim Malaysia	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM)	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> signifikan; Transparansi dan Usia tidak signifikan.	H ₁

21.	Salma Ainayya Mumtaz dan Moh. Athoillah (2025) dengan judul “ <i>The Effects of Islamic Financial Literacy and Tam on the Intention of FEB UB Students to Pay Digital Zakat</i> ”	X1: Literasi Keuangan Islam X2: <i>Perceived Usefulness</i> X3: <i>Perceived Ease of Use</i> M: Sikap, Y: Niat membayar zakat	Mahasiswa FEB UB	Kuantitatif , <i>Structural equation Modeling</i> (SEM) dengan AMOS	<i>Perceived Ease of Use</i> dan Sikap signifikan; <i>Perceived Usefulness</i> dan Literasi tidak signifikan.	H ₇
22	Sabna Rifqita Rani (2025) dengan judul “Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Actual Use</i> melalui <i>Behavioral Intention</i> sebagai Pemediasi (Studi pada Generasi Z Pengguna QRIS di Kebumen)”	X1: <i>Perceived Usefulness</i> X2: <i>Perceived Ease of Use</i> Y1: <i>Behavioral Intention</i> Y2: <i>Actual use</i>	Generasi Z di Kabupaten Kebumen	Kuantitatif, Regresi linier berganda.	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> signifikan; <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Actual use</i> tidak signifikan dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Actual use</i> signifikan.	H ₂ ,H ₈ ,H ₁₂
22.	<p>Irohdathul Novianti “Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan Literasi Keuangan Terhadap <i>Actual Use</i> Dalam Membayar Zakat Online Melalui Oleh <i>Attitude Toward Using</i> Dan <i>Behavioral Intention To Use</i> (Studi Pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang)”.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya: Penelitian ini mengadopsi model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) yang dimodifikasi agar sesuai dengan konteks pembayaran zakat digital. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya meneliti pengaruh langsung <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> terhadap niat atau penggunaan teknologi, penelitian ini menambahkan variabel literasi keuangan serta menggunakan <i>attitude toward using</i> dan <i>behavioral intention to use</i> sebagai variabel mediasi. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana persepsi manfaat, kemudahan, dan tingkat literasi keuangan membentuk sikap dan niat muzaki yang pada akhirnya memengaruhi perilaku aktual dalam menggunakan layanan zakat online, khususnya di kalangan Muslimat NU Kota Malang yang dikenal aktif dalam kegiatan sosial-keagamaan serta adaptif terhadap inovasi digital dalam pengelolaan zakat.</p>					

2.3 Hipotesis

1. *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Actual Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online.

Perceived Usefulness (PU) merupakan konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diyakini memengaruhi penerimaan dan penggunaan aktual suatu sistem teknologi. Davis (1989) menegaskan bahwa PU menjadi faktor paling dominan dalam penerimaan teknologi, dan diperkuat oleh penelitian (Chowdhury 2020; Ichwan & Ghofur 2020; Rasool 2023; Azzahra 2024; Rahman 2025) yang menemukan PU berpengaruh signifikan pada sikap, niat, maupun penggunaan aktual zakat online. Namun, (Waluyo 2022; Mumtaz & Athoillah 2025) memperlihatkan bahwa PU tidak selalu signifikan terhadap keputusan aktual membayar zakat. Temuan Rani (2025) bahkan menunjukkan PU signifikan terhadap *behavioral intention*, tetapi tidak terhadap *actual use*. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan:

H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* dalam membayar zakat secara online.

2. *Perceived Ease of Use* Terhadap *Actual Use* dalam Membayar Zakat Secara Online

Perceived Ease of Use (PeoU) menjelaskan sejauh mana kemudahan penggunaan teknologi dapat meningkatkan kemungkinan penggunaannya. Davis (1989) menyebutkan bahwa PeoU memengaruhi PU dan penerimaan sistem. Hasil serupa ditemukan oleh (Ichwan & Ghofur 2020; Purwanto 2021; Ibrahim 2022; Hainurrahma 2024; Marpaung, 2022; Hirdayu 2024) yang menyatakan PeoU berpengaruh signifikan pada sikap maupun niat menggunakan zakat digital.

Namun, (Waluyo 2022; Mumtaz & Athoillah 2025) menemukan PeoU tidak signifikan dalam beberapa konteks. Sebaliknya, penelitian Rani (2025) memperlihatkan PeoU signifikan terhadap *actual use*. Oleh karena itu dirumuskan:

H₂: *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* dalam Membayar Zakat Secara Online.

3. Literasi Keuangan Terhadap Terhadap *Actual Use* dalam Membayar Zakat Secara Online

Literasi keuangan telah banyak dikaji dalam kaitannya dengan kepatuhan maupun perilaku aktual membayar zakat. Arwidia (2022) menunjukkan literasi keuangan berpengaruh pada kepatuhan zakat, sementara (Nugraha 2023; Marpaung 2022) menemukan literasi digital dan keuangan berperan dalam keputusan zakat online. Sebaliknya, penelitian (Azzahra 2024; Kurniawan 2023; Subekti & Muchtasib 2025; Mumtaz & Athoillah 2025) menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan ataupun niat membayar zakat. Hal ini menandakan adanya ketidakkonsistenan hasil, tetapi secara konseptual literasi keuangan tetap diperkirakan memengaruhi *actual use* zakat online. Oleh karena itu dapat dirumuskan H₃:

H₃: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* dalam Membayar Zakat Secara Online.

4. *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Attitude toward using* Dalam Membayar Zakat Secara Online.

Menurut Davis (1989), persepsi terhadap manfaat suatu teknologi dapat memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi tersebut. Penelitian

(Hainnuraqma & Rahman, 2024; Izzuddin & Rohman, 2022; Purwanto, 2021; Siahaan & Prihandoko, 2019) memperlihatkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin positif sikap individu terhadap penggunaan sistem digital, termasuk dalam pembayaran zakat. Hal ini menunjukkan bahwa ketika muzaki merasakan kemanfaatan nyata dari zakat online seperti efisiensi dan transparansi, mereka akan memiliki sikap positif terhadap penggunaannya. Maka dirumuskan:

H4: *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.

5. *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Attitude toward using* Dalam Membayar Zakat Secara Online.

Perceived Ease of Use diyakini berperan penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap suatu sistem. Davis (1989) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya meningkatkan persepsi manfaat tetapi juga membentuk sikap positif terhadap teknologi. Penelitian (Purwanto 2021; Izzuddin & Rohman 2022; Kurniawan 2023; Hainurrahma 2024) mengonfirmasi bahwa semakin mudah sistem zakat digital digunakan, semakin positif pula sikap pengguna terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, persepsi kemudahan dalam menggunakan platform zakat online diperkirakan akan memperkuat sikap positif muzaki. Oleh karena itu dirumuskan:

H5: *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.

6. Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Literasi keuangan meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan diri seseorang dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam penggunaan layanan zakat digital. Penelitian (Kasri & Yuniar 2021; Nugraha 2023; Kasri & Sosianti 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat berperilaku membayar zakat secara digital. Namun, temuan (Indra Kurniawan & Dzikrulloh, 2023; Mumtaz & Athoillah, 2025) menunjukkan hasil berbeda, di mana literasi tidak selalu signifikan. Meski demikian, semakin tinggi literasi keuangan individu, semakin besar kecenderungan untuk berniat menggunakan layanan zakat online. maka dirumuskan:

H6: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online.

7. *Attitude toward using* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Attitude toward using menggambarkan kecenderungan sikap seseorang untuk menilai penggunaan teknologi secara positif atau negatif. Menurut Davis (1989), sikap positif terhadap teknologi akan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakannya. Hasil penelitian (Kasri & Miranti, 2021; Kurniawan 2023; Rahim et al., 2024; Mumtaz & Athoillah, 2025) memperkuat bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat membayar zakat secara digital. Dengan demikian, sikap positif masyarakat terhadap zakat online diperkirakan akan mendorong intensi yang lebih tinggi untuk terus menggunakannya. oleh karena itu, dalam penelitian ini dirumuskan:

H7: *Attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online.

8. *Behavioral Intention to Use* Berpengaruh Terhadap *Actual Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Hubungan antara niat perilaku dan perilaku aktual merupakan inti dalam model TAM. Davis (1989) dan Nuryahya et al. (2021) membuktikan bahwa semakin tinggi niat seseorang menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat penggunaan aktualnya. Penelitian (Chowdhury 2020; Kasri & Sosianti 2024; Rani 2025) juga memperlihatkan bahwa niat membayar zakat online secara signifikan memengaruhi perilaku aktual muzaki. Oleh karena itu, semakin kuat niat pengguna untuk memanfaatkan layanan zakat online, semakin besar peluang mereka benar-benar melakukannya. Dengan dasar tersebut, dirumuskan:

H8: *Behavioral Intention to Use* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* dalam membayar zakat secara online.

9. *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* Melalui *Attitude toward using* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat memengaruhi niat menggunakan teknologi secara tidak langsung melalui sikap pengguna. Penelitian (Purwanto et al., 2021; Rahim et al., 2024) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan terhadap sistem zakat online dapat membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat pengguna untuk menggunakannya. Dengan demikian, *attitude toward using* berperan sebagai mediator antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention*. Dengan dasar tersebut, dirumuskan:

H9: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.

10. *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* Melalui *Attitude toward using* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Perceived Ease of Use tidak hanya berpengaruh langsung terhadap sikap, tetapi juga secara tidak langsung terhadap niat melalui pembentukan sikap positif terhadap teknologi (Davis, 1989). Penelitian (Purwanto et al., 2021; Rahim et al., 2024) membuktikan bahwa kemudahan dalam menggunakan platform zakat digital meningkatkan sikap positif, yang kemudian memperkuat niat muzaki untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Oleh karena itu dapat dirumuskan:

H10: *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude toward using* dalam membayar zakat secara online.

11. Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap *Actual Use* Melalui *Behavioral Intention to Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang memahami manfaat serta risiko penggunaan layanan zakat digital sehingga meningkatkan niat untuk menggunakannya. Penelitian (Kasri & Sosianti, 2023; Nugraha, 2023) menunjukkan bahwa literasi berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku aktual melalui peningkatan niat perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa niat berperan sebagai jembatan antara literasi keuangan dan penggunaan aktual layanan zakat online. oleh karena itu, dalam penelitian ini dirumuskan:

H11: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online.

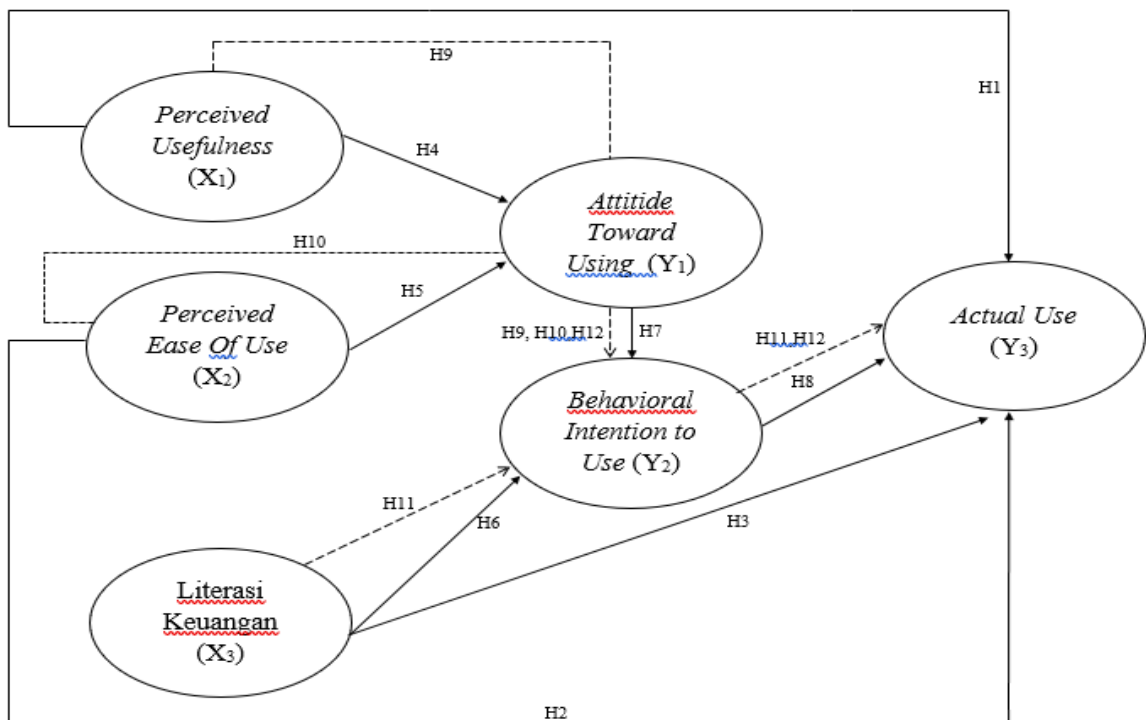
12. *Attitude toward using* Berpengaruh Terhadap *Actual Use* Melalui *Behavioral Intention to Use* Dalam Membayar Zakat Secara Online

Dalam model TAM, sikap terhadap penggunaan teknologi berpengaruh terhadap perilaku aktual melalui niat berperilaku. Penelitian (Rahim et al., 2024; Rani, 2025) menunjukkan bahwa sikap positif mendorong niat yang lebih kuat untuk menggunakan zakat digital, dan niat tersebut akhirnya mengarah pada penggunaan aktual. Dengan demikian, *attitude toward using* berperan penting dalam membentuk perilaku penggunaan aktual melalui intensi perilaku. Dengan dasar tersebut, dirumuskan:

H12: *Attitude toward using* berpengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online.

2.4 Model Hipotesis

Gambar 2.3. Model Hipotesis



Keterangan:

Pengaruh Langsung : \longrightarrow

Pengaruh Tidak Langsung : ----->

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berkaitan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berupa angka-angka dan menggunakan statistik sebagai alat analisis yang lebih objektif, rasional dan sistematis. Penelitian kuantitatif pada dasarnya berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel tertentu (Sugiyono, 2016). Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* yang mana *explanatory* sendiri diartikan sebagai penelitian yang berusaha untuk menjelaskan kedudukan dan keterkaitan antara variabel satu dengan lainnya. Alasan memilih pendekatan ini adalah untuk menjelaskan tentang hubungan sebab akibat yang diperoleh antara variabel Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* Dan Literasi Keuangan Terhadap *Actual Use Dalam Membayar Zakat Online Di Mediasi Oleh Attitude Toward Using Dan Behavioral Intention To Use* (Studi Pada Masyarakat Kota Malang).

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan pertimbangan bahwa kota ini memiliki ekosistem digital yang sangat kuat (Elisa, 2024). Dalam *Warta Jatim*, Kota Malang mencatat skor 52,64, melebihi rata-rata nasional dan memperoleh kategori “Sangat Tinggi” (Elisa, 2024). Selain itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 mencatat indeks literasi keuangan sebesar 66,46 % dan inklusi keuangan 80,51%, yang menggambarkan peningkatan signifikan dalam akses dan pemahaman finansial masyarakat (Saputra, 2025) dalam *Kontan.co.id*. Menurut

Choirul Anam (2025) dalam *Bisnis.com* OJK Malang telah melakukan 34 aktivitas edukasi dan sosialisasi hingga April 2025, yang menjangkau 12.552 peserta.

Objek penelitian ini adalah perilaku masyarakat dalam komunitas Muslimat NU Kota Malang beserta lingkungan sosial di sekitarnya dalam menggunakan layanan zakat digital, khususnya untuk pembayaran zakat maal melalui berbagai platform online seperti aplikasi zakat, mobile banking, e-wallet, dan marketplace zakat. Pemilihan objek ini didasarkan pada peran strategis komunitas Muslimat NU yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial serta memiliki kerja sama dengan BAZNAS Kota Malang dalam edukasi dan sosialisasi zakat digital. Selain itu, masyarakat di lingkungan komunitas ini merepresentasikan karakter masyarakat perkotaan yang religius, adaptif terhadap teknologi, dan memiliki akses tinggi terhadap layanan digital, sehingga relevan untuk mengkaji perilaku penggunaan platform zakat berbasis digital secara komprehensif.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini mencakup anggota komunitas Muslimat NU Kota Malang beserta lingkungan sosial di sekitarnya yang telah menggunakan layanan zakat secara digital. Komunitas ini dipilih karena memiliki aktivitas keagamaan dan sosial yang intens, tingkat partisipasi zakat yang tinggi, serta keterlibatan langsung dalam program edukasi dan sosialisasi zakat digital yang bekerja sama dengan BAZNAS Kota Malang. Selain itu, karakter masyarakat di komunitas ini

yang religius, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan representatif terhadap masyarakat Muslim perkotaan menjadikannya relevan sebagai populasi penelitian mengenai perilaku penggunaan layanan zakat digital.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan atau mewakili keseluruhan populasi penelitian (Soehartono, 2004). Dalam sebuah penelitian yang dimaksud dengan sampel adalah item atau subjek yang dipilih untuk mewakili total populasi dengan syarat sampel tersebut harus benar-benar representatif sehingga kesimpulan yang dihasilkan harus mampu mewakili populasi (Arikunto, 2013).

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian berfokus pada kelompok masyarakat yang telah menggunakan layanan zakat digital, khususnya pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang

Kriteria responden meliputi:

- 1) Beragama islam.
- 2) Berdomisili di Kota Malang, baik berstatus penduduk asli maupun pendatang yang tinggal di Malang minimal 6 bulan.
- 3) Pernah menunaikan zakat maal secara online, baik melalui aplikasi Kitabisa, BAZNAS, Dompot Dhuafa, LAZ, Marketplace, Mobile Banking, E-Wallet.
- 4) Berusia minimal 17 tahun sebagai batas usia dewasa menurut hukum Indonesia.
- 5) Memiliki penghasilan/harta yang berpotensi kena zakat maal.

- 6) Memiliki akses terhadap teknologi digital seperti *smartphone*, *internet banking* atau aplikasi pembayaran zakat.

Dalam penelitian ini, jumlah item pertanyaan yang digunakan sebanyak 41 butir. Penentuan ukuran sampel dalam analisis SEM-PLS tidak didasarkan pada jumlah indikator laten semata, tetapi dapat pula mengacu pada jumlah item pertanyaan (*manifest variables*) yang digunakan dalam kuesioner. Hair et al, (2010) menyatakan bahwa dalam SEM-PLS, ukuran sampel minimum dapat ditentukan dengan aturan 5–10 kali item pengukuran yang digunakan dalam model penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah: $41 \text{ item} \times 5 = 205$ responden. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 256 responden, yang berarti telah melampaui batas minimum yang dipersyaratkan. Jumlah ini menunjukkan bahwa ukuran sampel telah memenuhi bahkan melebihi ketentuan minimal, sehingga dinilai memadai dan layak untuk dilakukan analisis SEM-PLS. Oleh karena itu, penggunaan 256 responden dalam penelitian ini tidak hanya memenuhi persyaratan minimal, tetapi juga memberikan hasil analisis yang lebih akurat dan reliabel untuk model struktural yang melibatkan banyak konstruk dan item pertanyaan.

Dalam praktiknya, penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui Google Form kepada komunitas Muslimat NU di Kota Malang, yang dipilih karena keaktifannya dalam kegiatan keagamaan, kepedulian terhadap praktik zakat, serta kemampuan beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas keagamaan. Selain itu, kuesioner juga disebarluaskan kepada masyarakat sekitar yang berinteraksi langsung dengan kegiatan Muslimat NU,

baik laki-laki maupun perempuan, sehingga tetap merepresentasikan masyarakat Muslim perkotaan di Kota Malang secara komprehensif dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *proportional stratified sampling* dengan membagi populasi berdasarkan wilayah kecamatan, sehingga setiap strata memiliki peluang keterwakilan yang seimbang. Jumlah responden pada masing-masing kecamatan ditentukan secara proporsional dengan mempertimbangkan perbandingan jumlah populasi setiap wilayah terhadap total populasi penelitian, guna meningkatkan tingkat representativitas dan validitas hasil penelitian.

Tabel 3.1 Sebaran Sampel

No	Kecamatan	Jumlah Komunitas Muslimat	Persentase	Jumlah Sampel
1.	Klojen	200	20%	51
2.	Lowokwaru	270	27%	69
3.	Blimbing	180	18%	46
4.	Sukun	220	22%	56
5.	Kedungkandang	130	13%	34
Total		1.000	100%	256

Sumber: Data primer, peneliti (2025)

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber utama dalam pengumpulan informasi. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Malang yang telah atau memiliki kecenderungan untuk menggunakan layanan zakat digital. Pemilihan data primer dilakukan untuk memperoleh informasi yang spesifik, aktual, dan relevan dengan variabel-variabel yang diteliti diantaranya variabel-variabel penelitian, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, *actual use*, serta literasi keuangan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring (*online*) menggunakan *Google Form*. Kuesioner disusun menggunakan skala *Likert* lima poin untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, *actual use*, serta *literasi keuangan*. Skala *Likert* yang digunakan terdiri atas:

1. Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
3. Skor 3 = Netral (N)
4. Skor 4 = Setuju (S)
5. Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Penyebaran tautan kuesioner dilakukan melalui berbagai media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, serta dibagikan di grup komunitas daring seperti majelis taklim, komunitas zakat, dan jaringan ibu-ibu Muslimat NU di Kota Malang. Metode ini dipilih untuk menjangkau responden yang memiliki akses internet dan terbiasa menggunakan layanan digital, sesuai dengan konteks penelitian mengenai pembayaran zakat secara online.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel didefinisikan sebagai variasi dari sesuatu yang menjadi gejala penelitian. Gejala adalah objek penelitian sementara variabel adalah objek penelitian yang bervariasi (Nurdin & Hartati, 2019). Tujuan pembuatan definisi variabel ini adalah sebagai penyesuaian dalam pemilihan redaksi bahasa sehingga sekiranya diperlukan penjelasan dari variabel-variabel yang akan diteliti. Berikut adalah definisi operasional variabel yang menjadi poin dalam penelitian ini.

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau yang lebih dikenal dengan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Nurdin & Hartati, 2019). Dengan kata lain Variabel independen adalah variabel yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah sebagai berikut:

a) *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan sistem zakat online akan meningkatkan kinerja mereka dalam menunaikan kewajiban zakat secara lebih efektif. Dalam konteks masyarakat Kota Malang, *perceived usefulness* merujuk pada persepsi bahwa layanan zakat digital mampu memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat proses pembayaran, menghemat waktu dan tenaga, serta meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas dalam berzakat tanpa harus datang langsung ke lembaga pengelola zakat.

Pengalaman positif dalam menggunakan teknologi ini juga dinilai dapat membantu meningkatkan kualitas pengelolaan zakat, baik dari sisi akuntabilitas maupun dokumentasi. Dengan kata lain, masyarakat yang merasa bahwa penggunaan aplikasi zakat online bermanfaat akan lebih cenderung menunjukkan ketertarikan yang tinggi, memiliki intensi untuk terus menggunakannya, hingga akhirnya membuat keputusan aktual dalam membayar zakat melalui platform digital.

Variabel ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain persepsi terhadap efektivitas penggunaan, efisiensi waktu dan tenaga, kemampuan

sistem dalam mempercepat transaksi, serta kontribusi teknologi terhadap peningkatan kualitas pelayanan zakat. Keempat indikator tersebut diturunkan dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) dan telah disesuaikan dengan karakteristik sistem zakat digital.

b) *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use menggambarkan sejauh mana masyarakat Kota Malang menilai bahwa penggunaan layanan zakat online tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Variabel ini menekankan persepsi bahwa sistem digital yang digunakan harus intuitif, mudah dioperasikan, serta tidak menimbulkan hambatan teknis yang berarti bagi pengguna dari berbagai latar belakang. Kemudahan dalam memahami alur penggunaan, mulai dari login hingga proses pembayaran zakat, menjadi faktor utama dalam membentuk kenyamanan dan keterlibatan masyarakat terhadap platform digital tersebut.

Selain itu, kejelasan informasi, struktur navigasi yang sederhana, serta penyampaian instruksi yang tidak membingungkan turut berkontribusi pada persepsi positif terhadap sistem. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi atau website zakat online dapat digunakan tanpa kesulitan, maka kemungkinan untuk menerima dan terus memanfaatkannya akan semakin tinggi. Dalam konteks penelitian ini, persepsi akan kemudahan menjadi salah satu faktor penting yang berkontribusi langsung terhadap pengambilan keputusan individu dalam membayar zakat secara digital.

Variabel ini diukur berdasarkan indikator yang mencakup persepsi kemudahan navigasi, kesederhanaan prosedur, kejelasan informasi yang tersedia, serta kemampuan memahami fitur dalam sistem, dengan mengacu

pada pengembangan model *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) dan Venkatesh & Davis (2000).

c) Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami konsep-konsep dasar keuangan, menganalisis informasi terkait keuangan pribadi, serta mengelola keuangan secara efektif. Literasi ini mencakup pemahaman terhadap berbagai produk keuangan, keterampilan dalam mengatur keuangan, serta keyakinan untuk mengambil keputusan finansial yang cermat dan bertanggung jawab (OJK, 2024).

2. Variabel Mediasi (M)

Variabel mediasi adalah variabel penyela atau perantara yang berada di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui variabel mediasi terlebih dahulu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, variabel mediasi terdiri dari *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use*.

- a) *Attitude Toward Using* menggambarkan sikap individu terhadap penggunaan layanan zakat online, apakah dipandang positif atau negatif. Sikap ini terbentuk dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Semakin positif sikap terhadap layanan zakat digital, semakin besar kemungkinan individu untuk berminat menggunakannya.
- b) *Behavioral Intention to Use* adalah niat perilaku untuk menggunakan layanan zakat online. Niat ini muncul sebagai konsekuensi dari sikap yang terbentuk

sebelumnya. Apabila sikap pengguna positif, maka niat untuk menggunakan layanan zakat online akan semakin tinggi, yang pada akhirnya mendorong terjadinya penggunaan aktual (*actual use*).

Dengan demikian, *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use* berperan sebagai jembatan yang memperkuat pengaruh variabel independen, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *literasi keuangan* terhadap variabel dependen, yaitu *actual use* dalam membayar zakat online.

3. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas, sehingga variabel terikat tidak dapat mempengaruhi variabel lain (Prasetyo & Jannah, 2016).

Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan membayar zakat online (*actual use*). Variabel ini menggambarkan perilaku nyata seseorang dalam menggunakan layanan zakat berbasis digital, baik melalui platform resmi lembaga zakat, aplikasi mobile, maupun kanal pembayaran online lainnya. Keputusan tersebut merupakan bentuk realisasi dari serangkaian faktor sebelumnya, mulai dari persepsi kegunaan, kemudahan, literasi keuangan, hingga sikap dan niat untuk menggunakan teknologi. Keputusan membayar zakat online diartikan sebagai tindakan aktual muzakki yang memilih untuk menunaikan kewajiban zakat dengan memanfaatkan sarana digital dibandingkan cara konvensional. Variabel ini penting karena menjadi indikator keberhasilan adopsi teknologi zakat digital. Semakin tinggi tingkat penggunaan zakat online oleh masyarakat, semakin besar pula peran teknologi dalam mendukung efektivitas pengumpulan zakat. Dengan demikian, keputusan membayar zakat online

berfungsi sebagai variabel dependen yang mencerminkan hasil akhir dari interaksi variabel independen dan mediasi dalam model penelitian ini.

Tabel.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	Kuisisioner Question	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	Keyakinan bahwa teknologi membantu pekerjaan jadi lebih mudah, cepat, dan efisien.	1. Persepsi bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan efektivitas dalam membayar zakat,	1. Penggunaan aplikasi zakat online dinilai membuat proses pembayaran lebih efektif. 2. Teknologi zakat digital dianggap membantu mencapai tujuan pembayaran zakat dengan lebih efisien.	1. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan aplikasi zakat online membuat proses pembayaran zakat menjadi lebih efektif. 2. Teknologi zakat digital membantu Bapak/Ibu/Saudara/i mencapai tujuan pembayaran zakat dengan lebih efisien.	Venkatesh & Davis (2000) Rahmayanti & Pratiwi, 2022)
		2. Kemampuan sistem zakat online dalam mempercepat proses pembayaran,	3. Aplikasi zakat online mampu mempercepat transaksi zakat. 4. Sistem zakat digital memungkinkan pembayaran dilakukan dengan waktu yang lebih singkat.	3. Aplikasi zakat online mempercepat proses transaksi zakat. 4. Sistem zakat digital memungkinkan Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan pembayaran zakat dalam waktu yang lebih singkat.	
		3. Efisiensi penggunaan waktu dan tenaga,	5. Penggunaan zakat online dinilai lebih hemat waktu dibandingkan dengan metode konvensional. 6. Layanan zakat digital membantu mengurangi tenaga yang dibutuhkan	5. Penggunaan zakat online lebih hemat waktu dibandingkan metode pembayaran zakat secara konvensional. 6. Layanan zakat digital membantu Bapak/Ibu/Saudara/i mengurangi tenaga yang	

			dalam proses pembayaran.	dibutuhkan dalam proses pembayaran zakat.	
		4. Kontribusi sistem terhadap peningkatan kualitas pengelolaan zakat secara keseluruhan.	7. Sistem zakat online mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. 8. Penggunaan teknologi zakat digital dinilai mampu meningkatkan kualitas layanan Lembaga zakat.	7. Sistem zakat online mendukung transparansi serta akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. 8. Penggunaan teknologi zakat digital meningkatkan kualitas layanan lembaga zakat.	
<i>Perceived Ease of Use</i> (X2)	Keyakinan bahwa teknologi mudah dipelajari dan digunakan tanpa banyak usaha.	1. Persepsi terhadap kemudahan navigasi pada aplikasi,	1. Menu pada aplikasi zakat online mudah ditemukan tanpa kebingungan. 2. Navigasi antar fitur dalam aplikasi zakat online terasa lancar.	1. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa menu pada aplikasi zakat online mudah ditemukan tanpa menimbulkan kebingungan. 2. Navigasi antar fitur dalam aplikasi zakat online terasa lancar bagi Bapak/Ibu/Saudara/i.	Venkatesh & Davis (2000) Naufaldi & Tjokrosaputro (2020)
		2. Kesederhanaan dalam prosedur pembayaran,	3. Proses pembayaran zakat melalui aplikasi dapat dilakukan dalam Langkah yang sederhana. 4. Proses pembayaran zakat digital dinilai efisien karena tidak memerlukan tahapan yang panjang.	3. Proses pembayaran zakat melalui aplikasi dapat dilakukan dengan langkah yang sederhana. 4. Proses pembayaran zakat digital terasa efisien karena tidak memerlukan tahapan yang panjang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i.	

		5. Kejelasan informasi dan instruksi yang disediakan sistem,	5. Informasi yang diberikan aplikasi zakat online mudah dipahami oleh pengguna. 6. Petunjuk dalam aplikasi zakat disajikan dengan jelas.	5. Informasi yang disajikan dalam aplikasi zakat online mudah dipahami oleh Bapak/Ibu/Saudara/i. 6. Petunjuk yang terdapat dalam aplikasi zakat disajikan dengan jelas bagi Bapak/Ibu/Saudara/i.	
		6. Kemudahan dalam memahami dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia	7. Setiap fitur dalam aplikasi zakat digital dapat digunakan tanpa kesulitan teknis. 8. Pengguna memahami fungsi fitur yang tersedia dalam aplikasi zakat dengan cepat.	7. Setiap fitur dalam aplikasi zakat digital dapat digunakan tanpa mengalami kesulitan teknis. 8. Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memahami fungsi setiap fitur yang tersedia dalam aplikasi zakat dengan cepat.	
Literasi Keuangan (X3)	Kemampuan memahami dan mengelola keuangan serta membuat keputusan keuangan yang tepat.	1. Pengetahuan Keuangan (<i>Financial Knowledge</i>)	1. Memahami perbedaan antara kebutuhan dengan keinginan dalam mengelola keuangan pribadi. 2. Mengetahui manfaat menabung untuk perencanaan keuangan masa depan.	1. Bapak/Ibu/Saudara/i memahami perbedaan antara kebutuhan dengan keinginan dalam mengelola keuangan pribadi. 2. Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui manfaat menabung untuk perencanaan keuangan masa depan.	Lusardi & Mitchell (2023) Chen & Volpe (1998) Febriyanti et al (2024)
		2. Kemampuan (<i>Ability</i>)	3. Mampu membuat anggaran keuangan pribadi setiap bulan. 4. Dapat memperkirakan jumlah pengeluaran bulanan dengan tepat.	3. Bapak/Ibu/Saudara/i mampu membuat anggaran keuangan pribadi setiap bulan. 4. Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memperkirakan jumlah	

				pengeluaran bulanan dengan tepat.	
		3. Sikap Keuangan (<i>Financial Attitudes</i>)	5. Berhati-hati dalam mengambil keputusan penggunaan uang. 6. Menganggap penting memiliki dana darurat dalam keuangan pribadi.	5. Bapak/Ibu/Saudara/i berhati-hati dalam mengambil keputusan penggunaan uang. 6. Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap penting memiliki dana darurat dalam keuangan pribadi.	
<i>Attitude Toward Using (M)</i>	Sikap seseorang terhadap teknologi, apakah dianggap bermanfaat dan menyenangkan untuk digunakan.	1. Perasaan senang dalam menggunakan layanan,	1. Merasa antusias saat pembayaran zakat melalui aplikasi digital. 2. Menggunakan layanan zakat online memberikan pengalaman yang menyenangkan.	1. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa antusias saat melakukan pembayaran zakat melalui aplikasi digital. 2. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa pengalaman menggunakan layanan zakat online menyenangkan.	Ramadhani et al, (2020) dan Rahmayanti & Pratiwi (2022).
		3. Keyakinan bahwa penggunaan sistem merupakan sesuatu yang bermanfaat,	3. Menganggap layanan zakat online sebagai solusi yang berguna dalam menunaikan kewajiban zakat. 4. Percaya bahwa pengguna aplikasi zakat digital membawa manfaat yang nyata.	3. Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap layanan zakat online sebagai solusi yang berguna dalam menunaikan kewajiban zakat. 4. Bapak/Ibu/Saudara/i percaya bahwa penggunaan aplikasi zakat digital memberikan manfaat yang nyata.	
		5. Kenyamanan dalam melakukan transaksi zakat secara daring.	5. Merasa nyaman saat melakukan transaksi zakat melalui sistem digital. 6. Penggunaan layanan zakat online tidak	5. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa nyaman saat melakukan transaksi zakat melalui sistem digital. 6. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan layanan zakat	

			menimbulkan tekanan atau ketidaknyamanan.	online tidak menimbulkan tekanan atau ketidaknyamanan.	
<i>Behavioral Intention to Use (M)</i>	Niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi karena merasa manfaat dan kemudahannya.	1. Keinginan untuk menggunakan layanan,	1. Ingin menggunakan layanan zakat online. 2. Memiliki niat untuk menggunakan zakat online	1. Bapak/Ibu/Saudara/i ingin menggunakan layanan zakat online. 2. Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki niat untuk menggunakan zakat online.	Venkatesh & Davis (2000) Ramadhani et al (2020).
		3. Rencana menggunakan aplikasi,	3. Menggunakan aplikasi zakat online dalam waktu dekat. 4. Memasukkan penggunaan zakat digital dalam rencana pembayaran zakat.	3. Bapak/Ibu/Saudara/i ingin menggunakan layanan zakat online. 4. Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki niat untuk menggunakan zakat online.	
		3. Ketertarikan untuk terus menggunakan	5. Tertarik untuk terus menggunakan system zakat online kedepannya. 6. Merasa penggunaan zakat online menarik untuk digunakan secara berulang	5. Bapak/Ibu/Saudara/i tertarik untuk terus menggunakan sistem zakat online ke depannya. 6. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan zakat online menarik untuk digunakan secara berulang.	
<i>Actual Use (Y)</i>	Seberapa sering dan sejauh mana seseorang benar-benar menggunakan teknologi tersebut.	1. Frekuensi penggunaan aplikasi layanan,	1. Penggunaan aplikasi zakat online dilakukan secara rutin setiap kali menunaikan kewajiban zakat.	1. Bapak/Ibu/Saudara/i senantiasa menggunakan aplikasi zakat online secara rutin setiap kali menunaikan kewajiban zakat.	Ramadhani et al, (2020) Pramono & Hidayat (2021)
		2. Konsistensi penggunaan sistem,	2. Penggunaan aplikasi zakat online dilakukan secara berkelanjutan	2. Bapak/Ibu/Saudara/i berupaya tetap menggunakan aplikasi	

			<p>tanpa berpindah ke metode lain.</p> <p>3. Sistem zakat digital tetap digunakan secara konsisten pada setiap periode pembayaran zakat.</p>	<p>zakat online secara berkelanjutan.</p> <p>3. Bapak/Ibu/Saudara/i secara konsisten menggunakan sistem zakat digital pada setiap periode pembayaran zakat</p>	
		4. Preferensi penggunaan sistem digital,	<p>4. Layanan zakat digital lebih disukai dibandingkan cara pembayaran zakat secara langsung.</p> <p>5. Penggunaan aplikasi zakat online dianggap sebagai pilihan utama dalam menunaikan zakat.</p>	<p>4. Bapak/Ibu/Saudara/i lebih menyukai layanan zakat digital dibandingkan pembayaran zakat secara langsung.</p> <p>5. Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap penggunaan aplikasi zakat online sebagai pilihan utama dalam menunaikan zakat.</p>	
		6. Ketergantungan pada aplikasi layanan.	<p>6. Pembayaran zakat sulit dilakukan tanpa bantuan aplikasi zakat digital.</p> <p>7. Aktivitas pembayaran zakat menjadi terbiasa dilakukan melalui sistem digital.</p>	<p>6. Bapak/Ibu/Saudara/i merasa pembayaran zakat sulit dilakukan tanpa bantuan aplikasi zakat digital.</p> <p>7. Bapak/Ibu/Saudara/i telah terbiasa melakukan pembayaran zakat melalui sistem digital.</p>	

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipakai dalam sebuah penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi (Arikunto, 2013b). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang mana telah ada seperangkat pertanyaan dalam bentuk formulir secara tertulis. Kuesioner yang disiapkan untuk memperoleh jawaban responden menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran artinya peneliti telah menyediakan alternatif jawaban. Berikut adalah skala pengukuran yang digunakan.

- 1) Skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skor 2 untuk Tidak Setuju (TS)
- 3) Skor 3 untuk Netral (N)
- 4) Skor 4 untuk Setuju (S)
- 5) Skor 5 untuk Sangat Setuju (SS)

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini haruslah memenuhi dua syarat uji instrumen penelitian yakni validitas dan reliabilitas. Kedua syarat ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen penelitian..

3.7 Analisis Data

1. Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan tahap awal yang sangat penting dalam proses pengolahan data dalam suatu penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data, baik data demografis responden maupun variabel-variabel konstruk penelitian yang digunakan. Analisis deskriptif tidak hanya memberikan informasi tentang nilai

rata-rata, tetapi juga mencakup sebaran data seperti standar deviasi, nilai maksimum dan minimum, serta identifikasi data ekstrem yang berpotensi mempengaruhi validitas analisis lanjutan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui persepsi responden terhadap indikator-indikator yang menyusun setiap variabel laten dalam model. Statistik yang ditampilkan meliputi nilai mean untuk menggambarkan kecenderungan sentral data, nilai standar deviasi untuk melihat keragaman jawaban responden, serta nilai minimum dan maksimum untuk mengetahui rentang persepsi responden terhadap setiap item pernyataan. Analisis ini membantu peneliti memahami karakteristik distribusi data dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan analisis selanjutnya.

Selain itu, analisis deskriptif juga dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik demografis responden, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jabatan atau posisi, serta lama bekerja. Karakteristik ini penting dalam menentukan keterwakilan populasi target serta untuk mengidentifikasi kemungkinan adanya bias dalam persepsi responden berdasarkan latar belakang tertentu (Sugiyono, 2016). Dengan demikian, analisis deskriptif dalam penelitian ini tidak hanya memberikan deskripsi umum terhadap data, tetapi juga berfungsi sebagai dasar untuk menilai kelayakan dan kualitas data sebelum memasuki tahap pengujian model struktural dan hipotesis penelitian.

2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

- a) Uji Validitas, komponen pengujian validitas dapat dilakukan melalui dua cara yaitu sebagai berikut:

1) Uji *Convergent Validity*

Convergent validity atau validitas konvergen dilakukan dengan mengukur validitas indikator reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari *outer loading* masing-masing indikator variabel. Suatu indikator dikatakan valid apabila nilai *outer loading* atau korelasi diatas 0.7. Namun nilai *outer loading* masih dapat ditolerir hingga 0.6 dan dibawa dari 0.5 dapat di drop dari analisis. Parameter selanjutnya adalah apabila nilai *average variance extracted* (AVE) harus > 0.5 , apabila skor *loading* < 0.5 maka dapat dihapus konstruk namun jika skor *loading* antara 0.5-0.6 sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator tersebut sepanjang skor AVE dan *Commnality* > 0.5 . Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Ghozali, 2016).

Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas Konvergen

Uji Validitas	Parameter	Kriteria
Validitas Konvergen	<i>Loading faktor</i>	>0.7 atau 0.5
	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	>0.5
	<i>Communality</i>	>0.5

Sumber: (Ghozali, 2016).

2) Uji *Discriminant Validity*

Validitas deskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Validitas diskrimanan berhubungan dengan prinsip pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak

berkorelasi tinggi (Jugiyanto, 2011). Menurut Ghazali & Latan, (2015) parameter metode validitas diskriminan adalah dengan membanding nilai *cross loading factor* pada konstruk yang dituju dengan nilai *cross loading factor* konstruk lainnya sehingga nilai *cross loading* untuk setiap variabel > 0.7. Parameter lain adalah dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) atau akar AVE > korelasi variabel laten, lebih baik nilai pengukuran akar AVE > 0.50 sehingga model memiliki validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas Deskriminan

Uji Validitas	Parameter	Kriteria
Validitas Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi	Akar AVE > korelasi variabel laten
	Cross loading	> 0.7 dalam satu variabel

Sumber: (Ghozali & Latan, 2015)

- b) Uji Reliabilitas, reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur dalam mengukur suatu konstruk (Abdillah & Hartono, 2015). Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yakni *composit reliability* dan *cronbach's alpha*. *Composit reliability* menunjukkan derajat yang mengindikasikan common laten (*unobserved*) sehingga *composit reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Nilai batas yang diterima adalah apabila rule of thumb dari *composit reliability* > 0.7 walaupun bukan merupakan standar yang absolut artinya meskipun 0.6 masih dapat diterima (Ghozali, 2016). *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur nilai terendah

atau batas bawah suatu konstruk. *Rule of thumb* yang dapat diterima dari nilai *cronbach's alpha* harus > 0.7 dan diatas 0.8 adalah baik (Ghozali, 2016).

3. Model Pengukuran (*Inner Model*)

Inner model menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori (Abdillah & Hartono, 2015). Dalam menguji model struktural dengan PLS dapat dilakukan dengan melihat beberapa cara yakni:

a) Melihat nilai *R-Square* (R^2)

R-Square (R^2) menjelaskan keragaman konstruk variabel endogen yang mampu menjelaskan variabel eksogen artinya nilai ini mampu menjelaskan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin besar R^2 maka semakin akurat model penelitian yang dilaksanakan. Model struktural dievaluasi menggunakan nilai koefisien jalur atau t statistik yang dilihat melalui prosedur *bootstrapping*. Nilai R^2 dengan rentang 0.75 , 0.50 dan 0.25 disimpulkan menunjukkan hubungan yang kuat, moderat dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

b) *Goodnes of Fit* (GoF)

Indeks ini dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural serta menilai kelayakan suatu model. Pengukuran ini menggunakan nilai *Normed Fit Endex* (NFI) yang mana nilainya berada diantara $0-1$ sehingga semakin mendekati nilai 1 maka kecocokan semakin tinggi (Ghozali & Latan, 2015)

4. *Bootstrapping* (PLS-SEM)

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan artian bahwa analisis ini adalah teknik multivariat yang melakukan pembandingan antara variabel dependen berganda dengan variabel independen. Jugiyanto & Abdillah (2015) PLS merupakan metode analisis yang bersifat *soft modeling* dan *powerfull* karena mampu merelaksasi asumsi-asumsi OLS yang ketat sehingga tidak memerlukan banyak asumsi seperti mampu menangani masalah multikolinieritas dan bahkan dapat diterapkan pada semua skala data dengan ukuran sampel yang tidak harus besar (Ghozali & Latan, 2015). Dalam perkembangannya, penggunaan PLS dapat digunakan untuk mengatasi regresi berganda ketika terdapat kesulitan khusus seperti gejala multikolinieritas dan sampel penelitian terbatas.

PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan varian atau komponen yang dapat digunakan untuk konfirmatori teori atau membangun hubungan (Ghozali & Latan, 2015). PLS-SEM merupakan alat yang handal dalam memprediksi hubungan prediktif antarkonstruksi dengan melihat apakah ada hubungan variabel X terhadap Y dan juga dapat menjelaskan hubungan teoritis diantara kedua variabel tersebut. Alasan pemilihan PLS dalam penelitian ini adalah karena beberapa manfaat yang diperoleh seperti mampu memodelkan banyak variabel dependen dan dependen, mampu mengelola masalah multikolinieritas, hasil tetap kokoh walaupun terdapat data yang tidak berdistribusi normal atau hilang, dapat dilakukan pada sampel dengan jumlah kecil, dapat digunakan pada skala data dengan tipe yang berbeda dan lain-lain (Hamid & Anwar, 2019). Berdasarkan hal di atas, maka dalam tahap

pengolahan dan analisa data peneliti menggunakan *software* SmartPLS versi 4.2.5. Untuk menguatkan alasan peneliti dalam memilih PLS-SEM sebagai alat analisisnya maka berikut peneliti paparkan teknik analisis dari SEM-PLS.

a) Konseptualisasi Model struktural

Konseptualisasi menduduki tahap awal dalam analisis PLS, dalam fase ini konsep dan teori untuk merancang model struktural (hubungan antar variabel laten yang digunakan). Pada tahap ini dilakukan spesifikasi domain konstruk, pengumpulan data dan menentukan skor pengukuran konstruk (Ghozali & Latan, 2015).

b) Merancang Model Pengukuran

Pada tahap ini, hubungkan indikator variabel (*manifest variable*) dengan variabel laten. Perancangan model pengukuran dalam PLS haruslah diperhatikan dengan baik karena menggambarkan apakah tipe indikator dari masing-masing variabel laten apakah indikator reflektif atau formatif.

c) Menggambar diagram jalur

Setelah menentukan konseptualisasi model, maka selanjutnya adalah membuat diagram jalur (*path diagram*) yang menjelaskan pola hubungan antar variabel laten dengan indikatornya. dengan menggunakan prosedur *nomogram reticular action modeling* (RAM) dengan kriteria yang dikemukakan oleh (Falk & Miler, 1992) yakni konsep teoritikal variabel laten menggunakan bentuk lingkaran, variabel *observe* atau indikator menggunakan kotak, hubungan asimetri digambarkan dengan panah tunggal, hubungan simetri digambarkan dengan panah *double* (Ghozali & Latan, 2015) Setelah menggambar diagram jalur, kemudian peneliti mengkonversi

diagram jalur kedalam persamaan model pengukuran (*outter model*) dan model struktural (*inner model*).

d) Estimasi parameter

Dalam pengukuran PLS, ada tiga langkah yang dapat digunakan yakni: *Pertama*, estimasi bobot (*weight estimate*) untuk membuat skor variabel laten. *Kedua*, estimasi jalur untuk inner dan outter model yang menghubungkan variabel laten serta estimasi loading untuk variabel laten dengan indikatornya. *Ketiga*, estimasi rata-rata (*means*) dan lokasi parameter untuk indikator dan variabel laten (Ghozali, 2016).

e) Evaluasi Model *Partial Least Square* (PLS)

Outer model sering disebut outer relation atau measurement model yang dilakukan untuk menggambarkan hubungan setiap blok indikator dengan variabel laten. Dalam evaluasi model meliputi outter model dan inner model. *Outter model* dilakukan melalui empat kriteria yakni validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Jika pengukuran outter model memenuhi asumsi validitas dan reliabilitas maka dapat dilanjutkan untuk tahap selanjutnya yakni *inner model* namun jika tidak maka peneliti harus merekonstruksi kembali diagram jalur. Selanjutnya adalah model struktural atau inner model. Dalam model struktural asumsi yang harus dicapai adalah melihat nilai *R Square* (R^2) dan Q^2 *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015).

5. Uji Hipotesis

Dalam menilai signifikansi pengaruh antar variabel dalam satu model maka peneliti memerlukan prosedur *bootstraping* atau resampling bootstrap, prosedur ini

merupakan prosedur yang menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. Untuk mengoreksi *standar error* estimate PLS disarankan menggunakan batas sampel 100-200 (Ghozali & Latan, 2015). Dalam model ini Standar yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah meliputi nilai probabilitas dan *t*-hitung: untuk probabilitas maka nilai *p-value* dengan alpha 5% < 0.05 sementara nilai signifikan yang digunakan (*two-tailed*) *t-value* dapat melalui beberapa hal yakni (nilai *t*-tabel > 1.969 dengan level sig. 5%). Dalam model ini taraf yang digunakan adalah nilai *t*-tabel dengan alpha 5% adalah 1,969. Berdasarkan hal ini maka kriteria penerimaanya adalah apabila *t*-statistik $> t$ -tabel (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dalam dua model. Pertama, pengujian pengaruh langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kedua, pengujian pengaruh tidak langsung melalui keberadaan variabel mediasi. Apabila jalur tidak langsung terbukti signifikan sementara jalur langsung melamah atau tidak signifikan, maka hal ini menunjukkan adanya mediasi dalam hubungan antar variabel (Baron & Kenny, 1986).

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

1. Profil Komunitas Muslimat NU di Kota Malang

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Muslimat NU di Kota Malang, yang merupakan salah satu organisasi perempuan terbesar di bawah naungan Nahdlatul Ulama. Komunitas ini memiliki jaringan keanggotaan yang kuat dari tingkat cabang hingga ranting, dengan anggota yang aktif dalam berbagai kegiatan keagamaan, sosial, dan pemberdayaan masyarakat (Nahdlatul Ulama, 2018). Aktivitas rutin yang diselenggarakan meliputi pengajian, majelis taklim, seminar keislaman, serta program sosial seperti bakti sosial dan santunan. Selain itu, komunitas ini juga menjalankan kegiatan pemberdayaan ekonomi umat dan edukasi berbasis nilai keislaman (Efeendy, 2017). Dalam beberapa tahun terakhir, Muslimat NU Kota Malang mulai berkolaborasi dengan berbagai lembaga amil zakat, termasuk BAZNAS Kota Malang, untuk mengadakan edukasi zakat dan sosialisasi mengenai pemanfaatan layanan zakat digital. (Baznas, 2023).

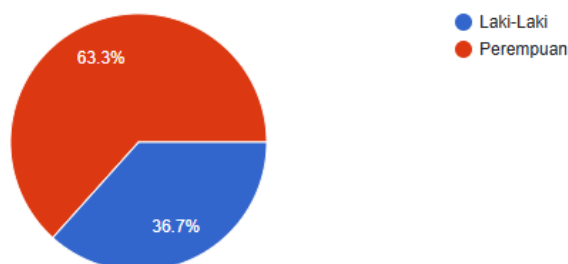
Pemilihan Komunitas Muslimat NU sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristiknya yang religius, aktif, serta memiliki struktur organisasi yang terkoordinasi sehingga memudahkan penyebaran informasi dan program digital. Dibandingkan masyarakat umum, komunitas ini memiliki tingkat keterlibatan yang lebih intens dalam kegiatan edukasi zakat dan lebih potensial dalam mengadopsi layanan zakat digital. Oleh karena itu, komunitas ini dipandang relevan untuk menganalisis bagaimana persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan literasi keuangan memengaruhi sikap, niat, serta penggunaan aktual layanan zakat digital.

2. Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggambarkan profil masyarakat Kota Malang yang menjadi pengguna maupun calon pengguna zakat online. Data dikumpulkan secara daring melalui *Google Form*. Dari 283 kuesioner yang disebar, sebanyak 256 responden memberikan jawaban lengkap dan layak diolah, melebihi jumlah sampel yang dibutuhkan sehingga dinilai memadai dan representatif. Identitas responden mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, serta pengalaman membayar zakat digital.

a) Jenis Kelamin

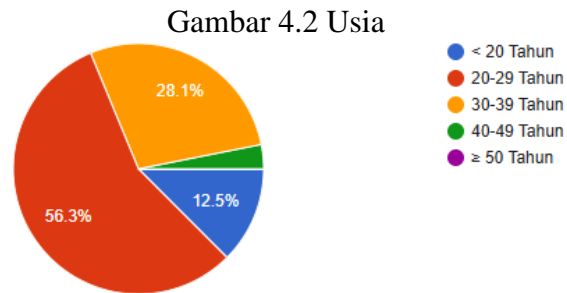
Gambar 4.1 Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin, sebagaimana terlihat pada diagram di atas, sebagian besar responden merupakan perempuan dengan persentase sebesar 63,3% atau sebanyak 162 orang dari total 256 responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 36,7% atau sebanyak 94 orang. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini. Dominasi tersebut dapat disebabkan oleh tingkat keterlibatan atau kemudahan akses responden perempuan terhadap kuesioner yang disebar secara daring melalui *Google Form*.

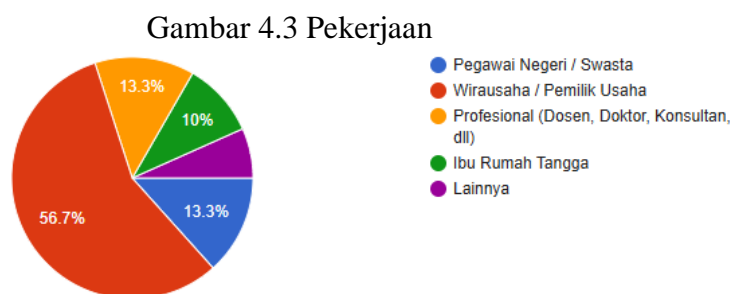
b) Usia



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengumpulan data, responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 20–29 tahun dengan persentase sebesar 56,3% atau sebanyak 17 orang dari total 30 responden. Selanjutnya, responden berusia 30–39 tahun berjumlah 28,1% atau sekitar 8 orang, diikuti oleh kelompok usia < 20 tahun sebesar 12,5% atau 4 orang, dan kelompok usia 40–49 tahun sebesar 3,1% atau 1 orang. Tidak terdapat responden yang berusia 50 tahun ke atas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia produktif muda yang secara aktif terlibat dalam aktivitas ekonomi maupun sosial, sehingga diharapkan memiliki persepsi yang relevan terhadap topik penelitian.

c) Pekerjaan



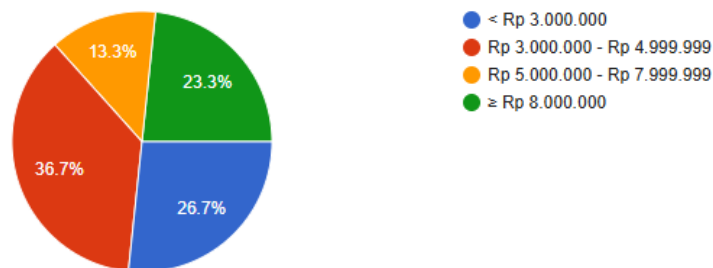
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Sementara itu, berdasarkan pekerjaan utama, mayoritas responden merupakan wirausaha atau pemilik usaha dengan persentase sebesar 56,7% atau sebanyak 17 orang. Kelompok berikutnya adalah pegawai negeri atau

swasta serta ibu rumah tangga, masing-masing sebesar 13,3% atau 4 orang. Responden yang berprofesi sebagai profesional (dosen, dokter, konsultan, dan sejenisnya) tercatat sebesar 10% atau 3 orang, sedangkan kategori lainnya mencapai 6,7% atau 2 orang. Komposisi ini menggambarkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang kewirausahaan, sehingga pandangan mereka terhadap variabel penelitian dapat mencerminkan pengalaman langsung dalam kegiatan usaha.

d) Rata-rata pendapatan per bulan

Gambar 4.4 Rata-rata pendapatan per bulan

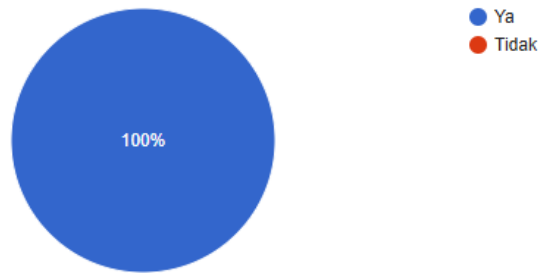


Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil survei, mayoritas responden memiliki rata-rata pendapatan bulanan sebesar Rp3.000.000–Rp4.999.999 dengan persentase 36,7% atau sebanyak 11 orang dari total 30 responden. Selanjutnya, responden dengan pendapatan kurang dari Rp3.000.000 berjumlah 26,7% atau 8 orang, kemudian responden dengan pendapatan Rp5.000.000–Rp7.999.999 sebesar 23,3% atau 7 orang, dan sisanya 13,3% atau 4 orang memiliki pendapatan \geq Rp8.000.000 per bulan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendapatan menengah ke bawah, yang berpotensi memengaruhi preferensi mereka dalam menunaikan zakat melalui platform digital yang dianggap lebih praktis dan efisien.

e) Alamat Domisili

Gambar 4.5 Alamat Domisili



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil survei, seluruh responden (100%) menyatakan bahwa mereka berdomisili di Kota Malang dan telah tinggal minimal selama enam bulan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh partisipan memenuhi kriteria penelitian terkait lokasi domisili yang menjadi fokus penelitian, yaitu masyarakat Muslim yang berdomisili di Kota Malang. Dengan demikian, data yang diperoleh relevan dengan konteks geografis penelitian.

f) Pengalaman membayar zakat online

Gambar 4.6 Pengalaman membayar zakat online

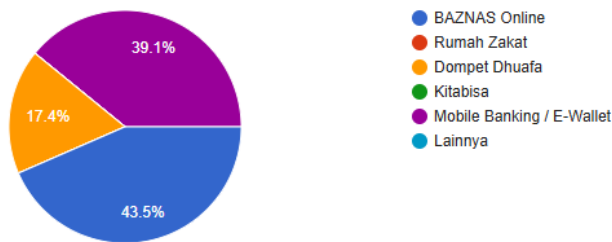


Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil survei menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) pernah membayar zakat maal melalui layanan digital seperti aplikasi, *website*, *e-wallet*, atau *mobile banking*. Tidak ada responden yang menjawab “belum pernah” atau “tidak pernah”. Temuan ini menegaskan bahwa seluruh responden memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan teknologi digital untuk menunaikan kewajiban zakat, sehingga sesuai dengan fokus penelitian yang meninjau perilaku masyarakat terhadap zakat digital.

g) Platform zakat yang digunakan

Gambar 4.7 Platform zakat yang digunakan



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil survei mengenai platform zakat digital yang digunakan responden, terlihat bahwa BAZNAS Online menjadi platform yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 43,5% atau sebanyak 111 responden dari total 256 orang. Selanjutnya, layanan *Mobile Banking* atau *E-Wallet* menempati posisi kedua dengan persentase 39,1% atau sekitar 100 responden. Sementara itu, kategori lainnya mencakup 17,4% atau sekitar 45 responden, yang meliputi berbagai platform zakat digital lain seperti *website* lembaga amil zakat lokal maupun aplikasi zakat berbasis komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih menggunakan platform resmi seperti BAZNAS dan layanan perbankan digital karena dianggap lebih mudah, aman, dan terpercaya dalam proses pembayaran zakat maal secara daring.

4.2 Deskripsi Variabel

Analisis statistik diskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran terkait data yang digunakan dalam penelitian yang dilihat dari nilai *mean*, standar deviasi, maksimum dan minimum. Penyajian ini penting dilakukan untuk mengetahui distribusi data dan perinkasan point-point agar data lebih bermakna dan mudah difahami. Dalam menyajikan statistik deskriptif, peneliti menggunakan *Microsoft*

Excel sebagai alat analisis. Adapun hasil statistik deskriptif ditujukan pada Tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif Penelitian

Variabel	Item	N	Presentase Jawaban					Mean		Standar Deviasi
			SS	S	N	TS	STS	Item	Variabel	
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	PU.1	256	17.5%	21.4%	16.4%	26.9%	17.5%	2.95	2.93	1.38
	PU.2	256	12.1%	25.3%	16.4%	29.6%	16.4%	2.87		1.30
	PU.3	256	11.7%	27.3%	12.5%	32.4%	16.0%	2.86		1.30
	PU.4	256	13.6%	26.5%	19.9%	23.4%	16.4%	2.98		1.31
	PU.5	256	14.4%	23.4%	15.2%	30.4%	16.4%	2.89		1.33
	PU.6	256	12.8%	27.3%	14.0%	31.2%	14.4%	2.93		1.30
	PU.7	256	14.8%	30.0%	10.5%	29.6%	14.8%	3.00		1.34
	PU.8	256	14.4%	29.3%	14.4%	26.9%	14.8%	3.02		1.32
<i>Perceived Ease Of Use (X2)</i>	PEOU.1	256	15.6%	29.3%	16.0%	22.6%	16.4%	3.05	3.03	1.34
	PEOU.2	256	18.3%	24.6%	15.2%	27.3%	14.4%	3.05		1.35
	PEOU.3	256	16.8%	26.9%	16.0%	24.6%	15.6%	3.05		1.35
	PEOU.4	256	19.9%	23.0%	10.5%	31.2%	15.2%	3.01		1.40
	PEOU.5	256	19.9%	24.2%	13.6%	25.7%	16.4%	3.05		1.40
	PEOU.6	256	14.8%	28.9%	17.1%	24.6%	14.4%	3.05		1.31
	PEOU.7	256	19.5%	23.4%	11.7%	30.0%	15.2%	3.02		1.39
	PEOU.8	256	15.6%	26.9%	17.1%	24.2%	16.0%	3.02		1.33
Literasi Keuangan (X3)	LK.1	256	24.2%	7.8%	24.2%	28.5%	15.2%	2.97	2.97	1.39
	LK.2	256	18.3%	14.8%	26.9%	23.0%	16.8%	2.95		1.34
	LK.3	256	20.3%	12.8%	26.9%	23.4%	16.4%	2.97		1.35
	LK.4	256	24.2%	12.8%	21.0%	24.2%	17.5%	3.02		1.43
	LK.5	256	20.7%	13.2%	23.8%	23.0%	19.1%	2.93		1.40
	LK.6	256	22.2%	12.8%	22.6%	26.5%	15.6%	3.00		1.38
<i>Attitude Toward Using (M1)</i>	ATU.1	256	12.8%	28.5%	17.9%	21.8%	18.7%	2.95	3.01	1.33
	ATU.2	256	15.6%	31.6%	10.9%	25.0%	16.8%	3.04		1.36
	ATU.3	256	13.2%	30.8%	15.6%	23.0%	17.1%	3.00		1.33
	ATU.4	256	15.6%	30.8%	11.7%	24.2%	17.5%	3.03		1.37
	ATU.5	256	14.0%	30.0%	15.2%	25.7%	14.8%	3.03		1.31
	ATU.6	256	17.1%	26.1%	13.2%	27.3%	16.0%	3.01		1.36
<i>Behavioral Intention Use (M2)</i>	BIU.1	256	14.8%	28.5%	12.8%	27.7%	16.0%	2.98	2.97	1.34
	BIU.2	256	14.0%	29.3%	13.6%	24.6%	18.3%	2.96		1.35
	BIU.3	256	15.6%	25.3%	17.9%	24.2%	16.8%	2.99		1.34
	BIU.4	256	17.5%	20.7%	19.1%	23.8%	18.7%	2.95		1.38
	BIU.5	256	12.1%	32.4%	12.5%	30.4%	12.5%	3.01		1.27
	BIU.6	256	16.0%	23.4%	17.5%	26.5%	16.4%	2.96		1.34
<i>Actual Use (Y)</i>	AU.1	256	15.6%	29.3%	15.2%	24.6%	15.2%	3.06	3.05	1.34
	AU.2	256	16.4%	27.7%	14.8%	25.0%	16.0%	3.05		1.33
	AU.3	256	16.8%	27.3%	14.0%	25.7%	16.0%	3.05		1.32
	AU.4	256	17.1%	26.5%	13.6%	26.1%	16.4%	3.04		1.33
	AU.5	256	18.7%	25.7%	13.6%	25.3%	16.4%	3.05		1.33
	AU.6	256	18.3%	26.5%	13.6%	25.0%	16.4%	3.06		1.32
	AU.7	256	19.1%	25.3%	13.2%	25.7%	16.4%	3.06		1.34

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang disajikan pada Tabel 4.1, seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) yang berkisar antara 2,90 hingga 3,06. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa secara umum persepsi responden terhadap seluruh indikator penelitian berada pada kategori cukup hingga baik. Nilai standar deviasi yang relatif rendah, yaitu antara 1,30 hingga 1,40, menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap item-item pernyataan cenderung homogen, sehingga tidak terdapat penyimpangan jawaban yang signifikan di antara responden. Dengan demikian, tanggapan responden dapat dianggap mewakili persepsi umum populasi terhadap penggunaan zakat digital.

1. *Perceived Usefulness (X1)*

Variabel *Perceived Usefulness* (PU) memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,93, yang mencerminkan bahwa responden menilai penggunaan *platform* zakat digital memberikan manfaat yang cukup nyata dalam mempermudah proses penunaian zakat. Indikator dengan rata-rata tertinggi yaitu PU.8 (3,02) mengindikasikan bahwa responden merasakan efisiensi waktu dan peningkatan efektivitas melalui sistem digital. Walaupun demikian, masih terdapat variasi persepsi pada beberapa indikator lainnya, sehingga peningkatan sosialisasi mengenai manfaat zakat digital tetap diperlukan untuk memperkuat keyakinan pengguna terhadap kebermanfaatan teknologi ini.

2. *Perceived Ease of Use (X2)*

Variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,03, menunjukkan bahwa responden menilai sistem zakat digital relatif mudah digunakan, dipahami, dan diakses. Indikator dengan rata-rata tertinggi yaitu PEOU.1, PEOU.2, PEOU.3, dan PEOU.5 (masing-masing 3,05) menggambarkan

bahwa mayoritas responden merasa antarmuka dan prosedur penggunaan sistem zakat digital sudah cukup praktis dan tidak menyulitkan. Nilai ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu aspek penting yang mendorong keinginan responden untuk terus menggunakan layanan zakat digital. Meskipun demikian, upaya peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) masih dapat dilakukan agar sistem semakin intuitif dan efisien.

3. Literasi Keuangan (X3)

Variabel Literasi Keuangan (LK) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,97, menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan responden berada pada kategori cukup baik. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu LK.4 (3,02) menandakan bahwa sebagian besar responden memiliki kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dalam konteks zakat. Meskipun demikian, variasi nilai pada indikator lainnya menunjukkan bahwa masih ada sebagian responden yang memerlukan peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan zakat melalui platform digital. Oleh karena itu, edukasi terkait literasi keuangan dan zakat digital perlu terus diperkuat agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi secara lebih optimal dan berkelanjutan.

4. *Attitude Toward Using* (M1)

Variabel *Attitude Toward Using* (ATU), diperoleh nilai rata-rata 3,01, yang mencerminkan bahwa responden memiliki sikap positif terhadap penggunaan sistem zakat digital. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu ATU.2 (3,04) menunjukkan bahwa responden merasa nyaman dan percaya terhadap penggunaan teknologi dalam kegiatan zakat. Hal ini mengindikasikan adanya penerimaan sosial terhadap penggunaan teknologi dalam praktik ibadah sosial, khususnya zakat. Sikap

positif tersebut menjadi indikator bahwa pengguna memiliki orientasi perilaku yang terbuka terhadap inovasi berbasis digital dalam ranah keagamaan, yang secara tidak langsung akan memperkuat adopsi dan pemanfaatan *platform* zakat digital di masa mendatang.

5. *Behavioral Intention Use* (M2)

Variabel *Behavioral Intention to Use* (BIU) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,97, yang menandakan bahwa responden memiliki niat yang cukup kuat untuk terus menggunakan platform zakat digital. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu BIU.5 (3,01) menunjukkan adanya keinginan responden untuk tetap memanfaatkan platform digital dalam menunaikan zakat di masa mendatang. Meskipun intensi tersebut belum mencapai tingkat yang sangat tinggi, hasil ini tetap menggambarkan adanya kecenderungan positif terhadap keberlanjutan penggunaan teknologi digital dalam praktik zakat. Faktor-faktor seperti persepsi kemudahan dan manfaat kemungkinan besar menjadi pendorong utama terbentuknya intensi ini.

6. *Actual Use* (Y)

Variabel *Actual Use* (AU) memperoleh nilai rata-rata tertinggi, yaitu 3,05, yang mengindikasikan bahwa tingkat penggunaan aktual zakat digital sudah berada pada kategori baik. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu AU.1 dan AU.7 (3,06) menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah benar-benar memanfaatkan platform digital untuk menunaikan zakat, baik melalui aplikasi, website, maupun dompet digital. Nilai ini mengindikasikan bahwa responden tidak hanya memiliki niat dan sikap positif, tetapi juga telah mengaktualisasikannya dalam tindakan nyata. Dengan demikian, penggunaan zakat digital di kalangan responden dapat

dikatakan telah berjalan cukup efektif dan konsisten dengan intensi perilaku yang terbentuk sebelumnya.

Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif ini menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang relatif berdekatan dan cenderung positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki tingkat penerimaan yang baik terhadap penggunaan zakat digital, baik dari segi manfaat, kemudahan, literasi keuangan, sikap, niat, maupun praktik penggunaan aktual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa adopsi zakat digital di kalangan responden telah berjalan dengan cukup efektif, meskipun peningkatan dalam aspek literasi keuangan masih diperlukan untuk memperkuat keberlanjutan dan efektivitas penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan zakat.

4.3 Hasil Uji Analisis Data

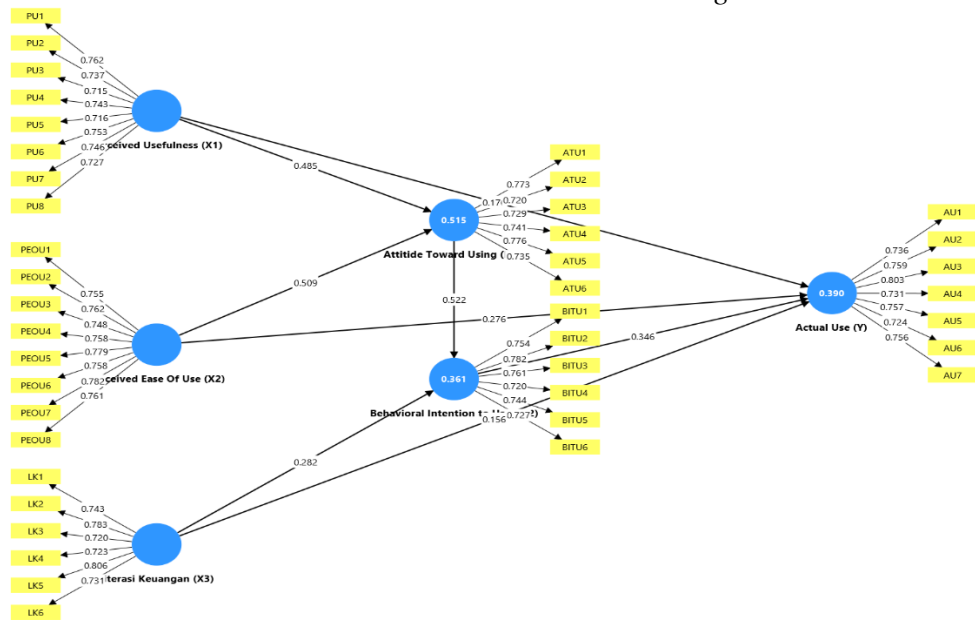
1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Setiap variabel dalam penelitian memiliki keterkaitan yang kuat dengan indikator-indikatornya, yang ditunjukkan melalui arah panah pada konstruk elips dalam diagram jalur hasil analisis. Secara umum, evaluasi terhadap model reflektif dilakukan melalui pengujian validitas konvergen dan validitas *diskriminant* sebagai ukuran kelayakan model pengukuran.

a) Convergent Validity

Validitas konvergen merupakan bagian dari evaluasi model pengukuran yang bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator memiliki korelasi yang kuat dan konsisten dalam merepresentasikan konstruk laten yang diukur. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7. Hasil pengujian validitas konvergen dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 4.8 Gambar *Crosloading*



Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Tabel 4.2. Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	PU.1	0.762	VALID
	PU.2	0.737	VALID
	PU.3	0.714	VALID
	PU.4	0.743	VALID
	PU.5	0.716	VALID
	PU.6	0.753	VALID
	PU.7	0.745	VALID
	PU.8	0.727	VALID
<i>Perceived Ease Of Use (X2)</i>	PEOU.1	0.754	VALID
	PEOU.2	0.761	VALID
	PEOU.3	0.747	VALID
	PEOU.4	0.757	VALID
	PEOU.5	0.779	VALID
	PEOU.6	0.757	VALID
	PEOU.7	0.782	VALID
	PEOU.8	0.761	VALID
Literasi Keuangan (X3)	LK.1	0.742	VALID
	LK.2	0.782	VALID
	LK.3	0.719	VALID
	LK.4	0.723	VALID
	LK.5	0.805	VALID
	LK.6	0.730	VALID
<i>Attitude Toward Using (M1)</i>	ATU.1	0.772	VALID
	ATU.2	0.720	VALID
	ATU.3	0.729	VALID

Lanjutan tabel 4.2 Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
	ATU.4	0.740	VALID
	ATU.5	0.775	VALID
	ATU.6	0.735	VALID
<i>Behavioral Intention Use</i> (M2)	BIU.1	0.754	VALID
	BIU.2	0.782	VALID
	BIU.3	0.760	VALID
	BIU.4	0.719	VALID
	BIU.5	0.744	VALID
	BIU.6	0.72	VALID
<i>Actual Use</i> (Y)	AU.1	0.736	VALID
	AU.2	0.758	VALID
	AU.3	0.803	VALID
	AU.4	0.731	VALID
	AU.5	0.757	VALID
	AU.6	0.723	VALID
	AU.7	0.755	VALID

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen pada Tabel 4.2, seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$, yang menunjukkan bahwa semua indikator valid dan mampu merefleksikan konstruk laten yang diukurnya. Nilai *loading factor* untuk variabel *Perceived Usefulness* (X1) berkisar antara 0,714–0,762, *Perceived Ease of Use* (X2) antara 0,747–0,782, Literasi Keuangan (X3) antara 0,719–0,805, *Attitude Toward Using* (M1) antara 0,720–0,775, *Behavioral Intention to Use* (M2) antara 0,719–0,782, dan *Actual Use* (Y) antara 0,723–0,803. Dengan demikian, seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen karena setiap indikator memiliki korelasi yang kuat dengan variabel latennya dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya. Namun, validitas konvergen tidak hanya dapat dilihat melalui nilai *loading factor* tetapi juga dapat melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai $AVE > 0.5$. Hasil pengujian validitas konvergen disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	0.566
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	0.556
Literasi Keuangan (X3)	0.560
<i>Attitude Toward Using</i> (M1)	0.564
<i>Behavioral Intention Use</i> (M2)	0.582
<i>Actual Use</i> (Y)	0.544

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing variabel penelitian, diketahui bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50. Secara rinci, nilai AVE untuk variabel *Perceived Usefulness* (X1) sebesar 0,566, *Perceived Ease of Use* (X2) sebesar 0,556, Literasi Keuangan (X3) sebesar 0,560, *Attitude Toward Using* (M1) sebesar 0,564, *Behavioral Intention to Use* (M2) sebesar 0,582, dan *Actual Use* (Y) sebesar 0,544. Menurut kriteria yang dikemukakan oleh Fornell & Larcker (1981), nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 menunjukkan bahwa konstruk telah mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator yang membentuknya, sehingga validitas konvergen dapat dinyatakan terpenuhi. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik, karena masing-masing indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur secara memadai.

b) Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Tahapan berikutnya dalam pengujian *outer model* adalah melakukan uji reliabilitas internal (*internal consistency reliability*). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai *Cronbach's Alpha* mencerminkan tingkat konsistensi atau korelasi antar indikator dalam satu konstruk, sedangkan *Composite Reliability* menilai

konsistensi indikator berdasarkan perbedaan nilai *outer loading* pada masing-masing variabel. Menurut Hair et al (2010), suatu konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan nilai di atas 0,70 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	0.872	0.876	0.901	0.566
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	0.840	0.842	0.882	0.556
Literasi Keuangan (X3)	0.842	0.844	0.884	0.560
<i>Attitude Toward Using</i> (M1)	0.846	0.858	0.885	0.564
<i>Behavioral Intention Use</i> (M2)	0.897	0.889	0.917	0.582
<i>Actual Use</i> (Y)	0.881	0.886	0.905	0.544

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang disajikan pada Tabel 4.4, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Secara rinci, nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel adalah *Perceived Usefulness* (X1) sebesar 0,872, *Perceived Ease of Use* (X2) sebesar 0,840, *Literasi Keuangan* (X3) sebesar 0,842, *Attitude Toward Using* (M1) sebesar 0,846, *Behavioral Intention to Use* (M2) sebesar 0,897, dan *Actual Use* (Y) sebesar 0,881. Sementara itu, nilai *Composite Reliability (rho_c)* untuk seluruh konstruk juga menunjukkan hasil yang tinggi, yaitu berkisar antara 0,882 hingga 0,917.

c) *Discriminant Validity*

Uji *discriminant validity* dilakukan dengan membandingkan nilai *loading* setiap indikator terhadap konstruk yang diukur dengan konstruk lainnya. Indikator dinyatakan valid apabila nilai *cross loading*-nya lebih tinggi pada

konstruk yang dituju dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga menunjukkan bahwa indikator tersebut merepresentasikan konstruksya secara lebih kuat.

Tabel 4.5 Cross Loading Discriminant validity

	<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	<i>Perceived Ease Of Use (X2)</i>	Literasi Keuangan (X3)	<i>Attitude Toward Using (M1)</i>	<i>Behavioral Intention Use (M2)</i>	<i>Actual Use (Y)</i>
PU.1	0.762	0.084	-0.069	0.460	0.359	0.234
PU.2	0.737	-0.026	-0.012	0.275	0.263	0.273
PU.3	0.715	-0.018	-0.020	0.282	0.251	0.193
PU.4	0.743	0.003	0.074	0.332	0.354	0.269
PU.5	0.716	-0.022	-0.064	0.311	0.220	0.201
PU.6	0.753	0.017	0.045	0.433	0.357	0.246
PU.7	0.746	0.072	-0.059	0.443	0.284	0.192
PU.8	0.727	0.086	0.119	0.378	0.391	0.358
PEOU.1	0.007	0.755	-0.062	0.422	0.162	0.253
PEOU.2	0.034	0.762	-0.049	0.377	0.125	0.258
PEOU.3	-0.017	0.748	-0.020	0.337	0.164	0.309
PEOU.4	0.002	0.758	-0.017	0.426	0.224	0.284
PEOU.5	0.098	0.779	0.067	0.378	0.189	0.219
PEOU.6	0.065	0.758	0.030	0.448	0.217	0.346
PEOU.7	0.021	0.782	0.045	0.382	0.220	0.330
PEOU.8	0.040	0.761	0.000	0.436	0.261	0.256
LK.1	-0.019	0.068	0.743	0.100	0.219	0.198
LK.2	0.028	0.098	0.783	0.077	0.251	0.233
LK.3	0.064	-0.074	0.720	0.006	0.158	0.171
LK.4	-0.046	-0.060	0.723	-0.050	0.205	0.139
LK.5	0.001	-0.034	0.806	0.027	0.280	0.221
LK.6	0.001	-0.036	0.731	-0.054	0.198	0.186
ATU.1	0.453	0.408	0.085	0.773	0.395	0.332
ATU.2	0.317	0.405	-0.033	0.720	0.347	0.241
ATU.3	0.387	0.372	0.073	0.729	0.462	0.393
ATU.4	0.335	0.412	-0.004	0.741	0.346	0.250
ATU.5	0.367	0.436	-0.032	0.776	0.402	0.334
ATU.6	0.393	0.331	0.036	0.735	0.412	0.342
BIU.1	0.344	0.150	0.222	0.406	0.754	0.394
BIU.2	0.367	0.188	0.205	0.413	0.782	0.448
BIU.3	0.270	0.218	0.231	0.384	0.761	0.383
BIU.4	0.331	0.141	0.216	0.399	0.720	0.345
BIU.5	0.301	0.264	0.215	0.399	0.744	0.461
BIU.6	0.313	0.194	0.249	0.377	0.727	0.378
AU.1	0.159	0.285	0.228	0.313	0.322	0.736
AU.2	0.303	0.267	0.196	0.305	0.462	0.759
AU.3	0.304	0.272	0.164	0.392	0.426	0.803
AU.4	0.240	0.374	0.259	0.368	0.454	0.731
AU.5	0.238	0.259	0.173	0.252	0.385	0.757
AU.6	0.335	0.209	0.090	0.352	0.336	0.724
AU.7	0.191	0.271	0.230	0.251	0.418	0.756

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil *cross loading* pada Tabel 4.5, seluruh indikator dalam penelitian ini menunjukkan nilai korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lain. Kondisi ini menandakan bahwa setiap indikator mampu mengukur variabel laten yang diwakilinya secara akurat dan konsisten. Dengan demikian, seluruh variabel dalam model telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, karena masing-masing indikator memiliki kemampuan yang lebih besar dalam merefleksikan konstruk yang diukurnya secara unik dan tidak tumpang tindih dengan variabel laten lainnya. Temuan ini mengonfirmasi bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki kejelasan konseptual yang baik serta mampu membedakan antarvariabel secara empiris dalam model struktural yang diuji.

2. Uji Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk mengukur hubungan serta pengaruh antar variabel laten dalam suatu model penelitian. Evaluasi terhadap model ini dilakukan dengan meninjau nilai R^2 serta tingkat signifikansi pada setiap jalur hubungan antar variabel. Nilai R^2 berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik pula kemampuan model dalam memprediksi hubungan antar variabel yang diteliti (Asari, 2023; Abdillah & Hartono, 2015). Hasil analisis nilai R^2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji R Square

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<i>Attitude Toward Using</i> (M1)	0,389	0,379
<i>Behavioral Intention Use</i> (M2)	0,515	0,511
<i>Actual Use</i> (Y)	0,360	0,355

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji *R-Square* pada Tabel 4.6, diperoleh bahwa variabel *Attitude Toward Using* (M1) memiliki nilai R^2 sebesar 0,389, yang menunjukkan bahwa sebesar 38,9% variasi pada sikap terhadap penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan 61,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Variabel *Behavioral Intention to Use* (M2) memiliki nilai R^2 sebesar 0,515, yang berarti 51,5% perubahan pada niat perilaku untuk menggunakan dipengaruhi oleh konstruk dalam model, sementara 48,5% lainnya berasal dari faktor eksternal. Sementara itu, variabel *Actual Use* (Y) menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,360, yang mengindikasikan bahwa 36,0% variasi dalam penggunaan aktual dapat dijelaskan oleh variabel dalam model, sedangkan 64,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Secara keseluruhan, nilai *R-Square* tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang berada pada kategori moderat.

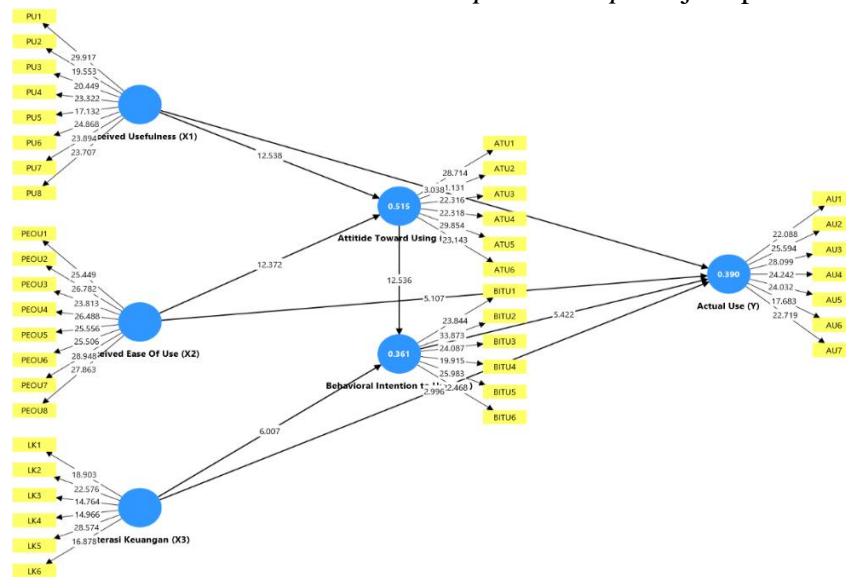
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran dugaan sementara yang telah dirumuskan sebelumnya. Proses pengujian dilakukan menggunakan metode *bootstrapping*, yang melibatkan seluruh data sampel guna mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Kriteria penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai *p-value* dan *t-statistic*. Jika *p-value* pada tingkat signifikansi 5% lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima, sedangkan jika *p-value* lebih kecil dari 0,05, maka H_1 diterima. Selain itu, apabila nilai *t-statistic* melebihi 1,96, maka hipotesis alternatif (H_1) dinyatakan diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Pengujian ini dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pengujian pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

a) Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis langsung bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dalam proses ini, analisis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai *path coefficients* dan *p-value*. Dasar pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikansi 5%, di mana apabila *p-value* > 0,05 maka H_0 diterima, sedangkan jika *p-value* < 0,05 maka H_1 diterima. Selain itu, apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96, maka hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil pengujian hipotesis langsung disajikan pada tabel berikut:

Gambar 4.8 Gambar *Graphical Output* Uji Hipotesis



Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Tabel 4.7 Hasil Uji Langsung

Hipotesis Penelitian	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Perceived Usefulness (X1) -> Actual Use (Y)	0,176	0,178	0,058	3,037	0.000	Diterima

lanjutan tabel 4.7 Hasil Uji Langsung

Hipotesis Penelitian	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Perceived Ease Of Use (X2) -> Actual Use (Y)	0,276	0,277	0,054	5,106	0.000	Diterima
Literasi Keuangan (X3) -> Actual Use (Y)	0,155	0,158	0,051	2,996	0.003	Diterima
Perceived Usefulness (X1) -> Attitude Toward Using (M1)	0,485	0,487	0,038	12,537	0.000	Diterima
Perceived Ease Of Use (X2) -> Attitude Toward Using (M1)	0,508	0,508	0,041	12,371	0.000	Diterima
Literasi Keuangan (X3) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,281	0,286	0,046	6,007	0.000	Diterima
Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,522	0,524	0,041	12,536	0.002	Diterima
Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,345	0,345	0,063	5,421	0.000	Diterima

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel *Perceived Usefulness* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* (Y) dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,037 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* sebesar 0,000. Artinya, semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna terhadap sistem atau layanan, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk benar-benar memanfaatkannya. Hasil ini menunjukkan bahwa kemanfaatan menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan aktual suatu sistem, karena individu cenderung menggunakan teknologi yang dianggap mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi mereka. Dengan demikian H_1 **DITERIMA** dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* (Y) dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,106 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* sebesar 0,000. Hal ini menandakan bahwa kemudahan dalam memahami dan menggunakan

sistem merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku aktual penggunaan. Dengan kata lain, semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk terus menggunakannya secara konsisten. Dengan demikian H₂ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel Literasi Keuangan (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* (Y) dengan nilai *t-statistic* 2,996 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* 0,003. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kemampuan dan kepercayaannya dalam mengelola serta menggunakan layanan keuangan digital. Literasi keuangan yang baik membantu individu dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi keuangan secara lebih bijak dan efektif. Dengan demikian H₃ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel *Perceived Usefulness* (X1) dan *Perceived Ease of Use* (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (M1) dengan nilai *t-statistic* masing-masing sebesar 12,537 dan 12,371 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan nilai *p-value* sebesar 0.000. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan suatu sistem. Semakin bermanfaat dan mudah digunakan suatu sistem, semakin positif pula sikap pengguna terhadapnya. Dengan demikian H₄ dan H₅ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

Kemudian, berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel Literasi Keuangan (X3) terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (M2) dengan nilai *t-statistic* 6,007 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* 0,000.

Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang baik mampu meningkatkan keyakinan dan niat individu untuk memanfaatkan teknologi keuangan digital. Dengan demikian H₆ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel *Attitude Toward Using* (M1) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (M2) dengan nilai *t-statistic* 12,536 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* 0,002. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap penggunaan sistem akan memperkuat niat pengguna untuk menggunakannya. Dengan demikian H₇ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

Terakhir, berdasarkan hasil pada tabel 4.7, variabel *Behavioral Intention to Use* (M2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* (Y) dengan nilai *t-statistic* 5,421 dengan *t-tabel* sebesar > 1.969 dan *p-value* 0,000. Artinya, semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem, semakin besar pula kemungkinan mereka benar-benar menggunakannya secara nyata. Dengan demikian H₈ **DITERIMA** dan H₀ ditolak.

b) Hasil Pengujian Mediasi (Secara Tidak Langsung)

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tidak Langsung (Mediasi)

Hipotesis Penelitian	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (/O/STDEV/)</i>	<i>P Values</i>	Ket
Perceived Usefulness (X1) -> Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,253	0,255	0,031	8,033	0.000	Diterima
Perceived Ease Of Use (X2) -> Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,265	0,266	0,030	8,847	0.000	Diterima

Lanjutan Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tidak Langsung (Mediasi)

Hipotesis Penelitian	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Literasi Keuangan (X3) -> Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,097	0,098	0,024	3,939	0.000	Diterima
Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,180	0,181	0,037	4,800	0.000	Diterima

Sumber: Output SmratPLS, diolah Peneliti 2025

Berdasarkan hasil pengujian efek tidak langsung (*indirect effect*) melalui metode bootstrapping pada SEM-PLS, seluruh hubungan mediasi dalam model penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian berperan dalam menjembatani pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Pertama, variabel *attitude toward using* terbukti mampu memediasi hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value* pada jalur mediasi *perceived usefulness* → *attitude toward using* → *behavioral intention to use* dan *perceived ease of use* → *attitude toward using* → *behavioral intention to use* yang keduanya < 0,05 sehingga dinyatakan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan sikap positif terhadap penggunaan zakat digital.

Kedua, variabel *behavioral intention to use* juga terbukti memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan *attitude toward using* terhadap *actual use*. Hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa jalur mediasi literasi keuangan → *behavioral intention to use* → *actual use* serta *attitude toward using* → *behavioral intention to use* → *actual use* memiliki nilai t-statistic di atas batas

kritis dan $p\text{-value} < 0,05$. Dengan demikian, niat perilaku menjadi penghubung penting yang menjembatani antara pemahaman keuangan maupun sikap positif pengguna terhadap keputusan aktual dalam menggunakan layanan zakat online.

Selain itu, hasil uji pengaruh langsung pada seluruh variabel eksogen terhadap variabel endogen juga menunjukkan nilai signifikan. Kombinasi antara efek langsung dan tidak langsung yang sama-sama signifikan ini menunjukkan bahwa seluruh bentuk mediasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori mediasi parsial (*partial mediation*). Artinya, variabel mediasi berperan dalam memperkuat pengaruh, namun pengaruh langsung antarvariabel tetap ada dan signifikan.

Dengan demikian, hasil uji mediasi mengonfirmasi bahwa peran *attitude toward using* dan *behavioral intention to use* sangat penting dalam menjelaskan pola penerimaan dan penggunaan layanan zakat digital oleh masyarakat Muslimat NU Kota Malang.

BAB V

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dari analisis model menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Literasi Keuangan terhadap *Actual Use*, serta pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use*. Bab ini membahas secara lebih rinci hasil temuan tersebut berdasarkan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Berikut penjelasan mengenai hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

1. Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *Perceived Usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* zakat digital pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang. Hasil statistik deskriptif pada Bab IV menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel *Perceived Usefulness* cenderung berada pada kategori tinggi. Indikator yang paling dominan dalam membentuk persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa penggunaan zakat digital mampu mempermudah dan mempercepat proses pembayaran zakat dibandingkan dengan metode konvensional. Dominasi indikator tersebut menunjukkan bahwa aspek kemudahan dan efisiensi menjadi manfaat utama yang paling dirasakan oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh anggota Muslimat NU terhadap sistem zakat digital, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk benar-benar menggunakan layanan tersebut dalam praktik berzakat. Artinya, manfaat yang dirasakan dari penggunaan sistem zakat digital seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan transparansi distribusi zakat menjadi faktor utama yang mendorong perilaku aktual dalam penggunaan teknologi tersebut.

Secara deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menilai zakat digital memberikan manfaat nyata dalam pelaksanaan kewajiban keagamaan. Kemudahan akses layanan, kecepatan proses transaksi, serta jaminan transparansi menjadi bentuk kemanfaatan yang paling dirasakan. Persepsi positif ini menunjukkan bahwa anggota Muslimat NU mulai melihat teknologi digital bukan hanya sebagai inovasi modern, tetapi juga sebagai sarana untuk mempermudah pelaksanaan ibadah zakat sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan karakteristik responden pada Bab IV, mayoritas anggota Muslimat NU yang menjadi responden merupakan individu yang telah terbiasa menunaikan zakat secara rutin dan memiliki pengalaman dalam pelaksanaan ibadah zakat. Karakteristik ini menunjukkan bahwa responden merupakan kelompok yang mampu menilai manfaat penggunaan zakat digital secara rasional dan berbasis pengalaman, sehingga kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh sistem zakat digital menjadi faktor penting yang mendorong penggunaan aktual layanan tersebut.

Secara konseptual, *Perceived Usefulness* didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi sangat berkaitan dengan persepsi terhadap manfaat yang dirasakan, terutama dalam hal efisiensi, efektivitas, dan kemudahan dalam melaksanakan suatu aktivitas. Dalam konteks komunitas Muslimat NU di Kota Malang, keyakinan bahwa zakat digital dapat membantu menunaikan kewajiban zakat dengan lebih efisien dan aman menjadi dorongan utama bagi pengguna untuk terus menggunakan layanan digital tersebut.

Hasil penelitian ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989) serta pengembangannya oleh Venkatesh & Davis (2000), yang

menegaskan bahwa persepsi manfaat merupakan prediktor utama terhadap perilaku penggunaan teknologi. Persepsi bahwa teknologi memberikan manfaat nyata mendorong pembentukan sikap positif dan akhirnya menghasilkan perilaku penggunaan aktual. Dalam konteks zakat digital, ketika muzaki merasa penggunaan sistem digital membantu mereka menunaikan kewajiban zakat dengan lebih cepat, efisien, dan aman, maka mereka cenderung menggunakan layanan tersebut secara berulang dan konsisten.

Temuan ini sejalan dengan permasalahan yang diuraikan pada Bab I, yaitu masih adanya kesenjangan antara potensi zakat dan realisasi penghimpunan zakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses dan efektivitas sistem pembayaran zakat menjadi faktor penting yang perlu diperkuat untuk meningkatkan partisipasi muzaki, sehingga kehadiran zakat digital menjadi solusi yang relevan dalam konteks optimalisasi pengelolaan zakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Chowdhury 2020; Ichwan & Ghofur 2020; Rasool 2023; Azzahra 2024; Rahman 2025) yang menyimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap perilaku aktual penggunaan teknologi zakat digital. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi, seperti efisiensi waktu dan peningkatan kenyamanan bertransaksi, menjadi motivator utama bagi pengguna untuk mengimplementasikan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Dengan kata lain, responden yang memahami nilai guna dan keuntungan praktis dari zakat digital memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Rani, (2025) yang menemukan bahwa persepsi manfaat hanya berpengaruh terhadap niat

menggunakan, namun tidak terhadap perilaku aktual. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden. Penelitian Rani berfokus pada generasi muda pengguna *QRIS*, yang meskipun memahami manfaat teknologi, belum tentu memiliki intensitas penggunaan yang tinggi. Sementara dalam penelitian ini, responden mencakup berbagai kelompok usia yang sebagian besar telah rutin menunaikan zakat, sehingga manfaat yang dirasakan lebih nyata dan mendorong mereka untuk benar-benar menggunakan sistem digital tersebut.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat posisi *Perceived Usefulness* sebagai variabel kunci yang menjembatani antara niat dan perilaku aktual penggunaan teknologi. Semakin besar persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi pula dorongan internal pengguna untuk mempertahankan perilaku tersebut. Hal ini relevan dengan pandangan Nasri et al. (2013) yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan menciptakan integrasi antara teknologi dan perilaku pengguna, karena individu cenderung mempertahankan kebiasaan yang memberikan hasil atau keuntungan nyata bagi dirinya.

Dalam konteks komunitas Muslimat NU, persepsi manfaat terhadap zakat digital juga tidak hanya bersifat fungsional tetapi memiliki dimensi religius dan sosial. Sebagai organisasi keagamaan yang aktif bekerja sama dengan BAZNAS Kota Malang dalam kegiatan sosialisasi zakat, anggota Muslimat NU merasakan bahwa penggunaan sistem digital mempermudah mereka menunaikan kewajiban zakat sekaligus mendukung transparansi dan akuntabilitas lembaga amil. Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi manfaat tidak hanya terbentuk dari aspek teknologi, tetapi juga dari nilai-nilai kepercayaan dan religiusitas yang melekat pada aktivitas zakat itu sendiri.

Dari perspektif keislaman, konsep manfaat (*maslahah*) merupakan salah satu prinsip mendasar dalam hukum Islam. Segala bentuk aktivitas yang membawa kemanfaatan bagi umat, baik secara individu maupun sosial, termasuk dalam kategori *maslahah mursalah*. Dalam konteks zakat digital, manfaat yang dirasakan berupa kemudahan, efisiensi, dan transparansi dapat dikategorikan sebagai *maslahah* karena membantu umat dalam menunaikan kewajiban syariah dengan lebih mudah dan cepat. Prinsip ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185:

اللَّهُ يُرِيدُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”

Prinsip kemaslahatan dalam pelaksanaan ibadah ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah [2]: 185 yang menunjukkan bahwa syariat Islam diturunkan untuk memberikan manfaat dan kebaikan bagi umat manusia. Para mufasir seperti Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini menegaskan tujuan syariat dalam menghilangkan kesulitan dan menghadirkan kemanfaatan dalam kehidupan. Dalam konteks zakat digital, keberadaan sistem digital tidak hanya mempermudah proses penunaian zakat, tetapi juga meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh muzaki, seperti efektivitas penyaluran, transparansi pengelolaan, dan ketepatan sasaran. Oleh karena itu, zakat digital dapat dipahami sebagai bentuk implementasi prinsip *maslahah* yang memperkuat persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dalam pelaksanaan ibadah sosial di era modern.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan aspek penting yang perlu diperkuat dalam upaya peningkatan penggunaan zakat digital, khususnya di kalangan komunitas keagamaan seperti Muslimat NU. Lembaga pengelola zakat, terutama BAZNAS Kota Malang, disarankan untuk memperkuat

program sosialisasi dan edukasi digital yang berfokus pada manfaat nyata zakat digital bagi umat, baik dari sisi kemudahan, transparansi, maupun keamanannya. Sinergi antara lembaga zakat dan organisasi keagamaan seperti Muslimat NU terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan adopsi teknologi zakat di tingkat akar rumput. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya peran persepsi manfaat sebagai jembatan antara inovasi digital dan pelaksanaan ibadah zakat yang berkelanjutan di era modern.

2. Pengaruh *Perceived ease of use* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.7, diperoleh bahwa variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* zakat digital di Kota Malang. Hasil analisis menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem zakat digital digunakan, maka semakin tinggi tingkat penggunaan aktualnya. Dengan kata lain, peningkatan persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan perilaku aktual penggunaan zakat digital dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.1 juga memperkuat temuan ini, di mana nilai rata-rata *Perceived Ease of Use* menunjukkan bahwa responden menilai sistem zakat digital relatif mudah digunakan. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu PEOU.1, PEOU.2, PEOU.3, dan PEOU.5 yang mengindikasikan bahwa responden merasa sistem zakat digital mudah dipahami, memiliki tampilan yang jelas, dan tidak memerlukan kemampuan teknis yang rumit. Artinya, mayoritas pengguna mampu mengoperasikan sistem zakat digital secara mandiri tanpa hambatan berarti, yang secara langsung mendorong peningkatan penggunaan aktual.

Hasil tersebut diperkuat oleh karakteristik responden pada Bab IV yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan anggota komunitas Muslimat NU yang telah terbiasa menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari serta memiliki pengalaman dalam menunaikan zakat. Kondisi ini menyebabkan responden lebih mudah beradaptasi dengan sistem zakat digital, sehingga persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang secara langsung mendorong penggunaan aktual layanan zakat digital.

Secara teoritis, temuan ini konsisten dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) merupakan determinan penting dalam memengaruhi perilaku aktual penggunaan teknologi. Davis menegaskan bahwa ketika seseorang menilai suatu sistem mudah digunakan, maka ia akan memiliki persepsi manfaat yang lebih tinggi, yang pada akhirnya memengaruhi sikap dan perilaku aktual terhadap teknologi tersebut. Dalam konteks zakat digital, kemudahan dalam proses login, tampilan antarmuka yang ramah pengguna (*user-friendly*), kemudahan akses pembayaran, serta kecepatan transaksi menjadi faktor utama yang meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap sistem.

Selain itu, *Perceived Ease of Use* juga berkaitan dengan konsep efisiensi kognitif, di mana pengguna merasa tidak terbebani oleh kompleksitas teknologi. Hal ini didukung oleh teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003), bahwa persepsi kemudahan mendorong pengguna untuk merasa percaya diri dalam menggunakan teknologi baru, karena persepsi tersebut mengurangi hambatan psikologis dan

meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri (*self-efficacy*) dalam beradaptasi dengan sistem digital.

Temuan ini relevan dengan permasalahan yang diuraikan pada Bab I, yaitu masih ditemukannya hambatan dalam optimalisasi pembayaran zakat akibat keterbatasan kemudahan sistem dan metode pembayaran yang digunakan masyarakat. Kehadiran zakat digital dengan sistem yang sederhana dan mudah digunakan menjadi solusi yang mampu mengurangi hambatan tersebut, sehingga mendorong masyarakat untuk merealisasikan pembayaran zakat secara aktual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu seperti (Ichwan & Ghofur 2020; Purwanto 2021; Ibrahim 2022; Marpaung, 2022; Hainurrahma 2024; Hirdayu 2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku aktual penggunaan zakat digital maupun layanan keuangan digital lainnya. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa pengguna yang menilai sistem digital mudah digunakan cenderung memiliki keinginan yang lebih kuat untuk mengadopsinya secara berkelanjutan. Kemudahan dalam mengakses informasi zakat, kejelasan langkah-langkah pembayaran, dan ketersediaan panduan yang sederhana menjadi faktor pendorong utama dalam meningkatkan perilaku aktual pengguna.

Namun, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Rani, (2025) yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan hanya berpengaruh terhadap niat menggunakan, namun tidak terhadap penggunaan aktual. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan konteks objek penelitian dan karakteristik responden. Dalam penelitian Rani, responden didominasi oleh pengguna generasi muda yang terbiasa menggunakan teknologi digital seperti *QRIS* dalam aktivitas pembayaran

umum, namun tidak secara spesifik dalam konteks ibadah atau zakat. Sementara dalam penelitian ini, responden memiliki latar belakang keagamaan yang kuat dan kesadaran ibadah zakat yang tinggi, sehingga persepsi kemudahan langsung mendorong realisasi perilaku penggunaan aktual.

Dari sisi teoritis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor psikologis penting yang mengurangi hambatan adopsi teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin kecil rasa takut, ragu, atau malas yang dirasakan oleh pengguna terhadap penggunaan teknologi baru. Dengan demikian, *Perceived Ease of Use* bukan hanya memengaruhi niat perilaku, tetapi juga berperan langsung dalam membentuk kebiasaan dan perilaku aktual masyarakat dalam menggunakan zakat digital.

Dalam konteks studi kasus pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem zakat digital memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat keagamaan terhadap inovasi zakat berbasis teknologi. Banyak anggota Muslimat NU yang sebelumnya bertransaksi secara konvensional kini mulai beralih ke sistem digital karena kemudahannya baik dalam hal proses transaksi, kemudahan akses melalui *smartphone*, maupun tampilan aplikasi yang sederhana. Di sisi lain, kegiatan Muslimat NU yang sering bekerja sama dengan BAZNAS Kota Malang juga menjadi wadah sosialisasi dan edukasi digital zakat, di mana kemudahan sistem menjadi kunci untuk menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan anggota komunitas dalam berzakat secara online.

Dari perspektif keislaman, prinsip kemudahan atau *taysir* merupakan nilai penting dalam ajaran Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Insyirah ayat 5–6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “*Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.*”.

Prinsip bahwa setiap kesulitan selalu disertai kemudahan ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Insyirah [94]: 5–6, Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini menunjukkan kepastian datangnya kemudahan setelah kesulitan sebagai bentuk kasih sayang Allah kepada hamba-Nya. Dalam konteks zakat digital, perkembangan teknologi dapat dipahami sebagai bentuk kemudahan yang Allah hadirkan bagi umat Islam untuk menunaikan kewajiban zakat di era modern, khususnya dalam mengatasi hambatan jarak, waktu, dan kompleksitas administrasi.

Selain itu, prinsip kemudahan juga merupakan implementasi dari maqāsid al-syarī'ah dalam aspek *hifz al-māl* (pemeliharaan harta), di mana penggunaan teknologi membantu memastikan harta zakat dikelola dengan aman, efisien, dan tepat sasaran. Dengan demikian, kemudahan dalam penggunaan teknologi zakat digital bukan hanya aspek teknis, tetapi juga bagian dari realisasi nilai-nilai Islam dalam memudahkan pelaksanaan ibadah sosial dengan cara yang modern dan bertanggung jawab.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi zakat digital berperan penting dalam memperluas partisipasi masyarakat Muslim di era digital. Dalam konteks komunitas Muslimat NU Kota Malang, temuan ini menegaskan pentingnya meningkatkan akses dan literasi digital agar kemudahan sistem dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya oleh pengguna muda atau yang sudah terbiasa dengan teknologi. Lembaga zakat seperti BAZNAS dapat memperkuat program sosialisasi dan pelatihan penggunaan aplikasi zakat digital dengan menggandeng organisasi keagamaan lokal seperti Muslimat NU. Dengan

demikian, kemudahan teknologi tidak hanya berfungsi sebagai inovasi teknis, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan umat untuk beribadah dengan cara yang lebih efisien, transparan, dan sesuai perkembangan zaman.

3. Pengaruh literasi keuangan terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.7, diperoleh bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* zakat digital di Kota Malang. Hasil analisis *SmartPLS* menunjukkan nilai koefisien jalur yang menandakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan ia menggunakan platform digital untuk menunaikan zakatnya secara aktual. Dengan kata lain, peningkatan literasi keuangan dapat mendorong kenaikan perilaku aktual penggunaan zakat digital dengan asumsi variabel lain konstan. Temuan ini konsisten dengan kondisi empiris pada Bab IV bagian karakteristik responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan masyarakat Muslim perkotaan dengan tingkat pendidikan dan keterlibatan sosial-keagamaan yang relatif baik, sehingga memiliki kemampuan untuk memahami kewajiban zakat sekaligus memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pembayaran zakat

Hasil ini juga diperkuat oleh temuan deskriptif pada Tabel 4.1, di mana variabel literasi keuangan menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman keuangan yang cukup baik. Indikator dengan nilai tertinggi, yaitu LK.4, mencerminkan bahwa sebagian besar responden memahami pentingnya pengelolaan harta secara bijak, termasuk dalam menyalurkan zakat melalui platform digital yang efisien dan aman. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan keuangan dan kesadaran responden terhadap kewajiban zakat, semakin besar pula

kecenderungan mereka untuk mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam tindakan nyata melalui penggunaan zakat digital.

Secara teoritis, literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan, seperti perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan ekonomi yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2011). Dalam konteks zakat, seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi akan lebih memahami konsep kepemilikan harta (*al-milkiyah*), nisab, dan kewajiban zakat, serta menyadari manfaat dari pemanfaatan sistem digital yang mampu memberikan kemudahan, transparansi, dan efisiensi dalam menunaikan zakat. Literasi keuangan juga berperan dalam membentuk kepercayaan diri seseorang dalam menggunakan sistem keuangan berbasis teknologi, karena mereka memahami risiko dan manfaatnya secara rasional.

Hasil penelitian ini memperkuat teori perilaku keuangan yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan akan berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang, termasuk dalam hal keputusan untuk menggunakan layanan keuangan digital. Semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap konsep pengelolaan keuangan syariah, semakin besar pula kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan ibadah dan sosial. Temuan ini juga relevan dengan fenomena yang dipaparkan pada bab I mengenai masih adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat di Kota Malang, yang salah satunya disebabkan oleh rendahnya pemanfaatan kanal zakat digital.

Penelitian ini sejalan dengan hasil temuan (Nugraha 2023; Marpaung 2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku aktual dalam penggunaan zakat digital. Hasil mereka menyimpulkan bahwa

pemahaman keuangan yang baik membuat individu lebih percaya diri untuk menyalurkan zakat secara online karena memahami mekanisme transaksi dan keamanannya. Sebaliknya, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan Rahmawati (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku membayar zakat digital. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh konteks penelitian dan karakteristik responden; dalam penelitian Rahmawati, responden didominasi oleh masyarakat pedesaan dengan akses teknologi terbatas, sedangkan penelitian ini berfokus pada masyarakat perkotaan dengan tingkat literasi digital yang lebih tinggi. Selain itu, literasi keuangan juga berhubungan dengan *financial awareness* dan *digital capability*. Masyarakat yang memiliki pemahaman tentang fungsi dan manfaat zakat digital lebih mampu mengevaluasi risiko, memahami prosedur transaksi, dan mengoptimalkan teknologi untuk tujuan ibadah. Hal ini menjadikan literasi keuangan bukan sekadar pemahaman tentang uang, melainkan kemampuan untuk mengelola harta secara amanah dan efisien sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam konteks komunitas Muslimat NU di Kota Malang, tingkat literasi keuangan memiliki hubungan erat dengan kegiatan edukasi dan pembinaan keagamaan yang mereka jalankan. Melalui kerja sama dengan BAZNAS Kota Malang, komunitas ini kerap mengadakan kegiatan sosialisasi zakat dan pengelolaan keuangan keluarga berbasis syariah. Hal ini membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara menyalurkan zakat melalui kanal digital, mengenali keamanannya, serta memahami manfaatnya bagi kesejahteraan umat. Dengan demikian, literasi keuangan di sini bukan hanya soal kemampuan teknis, tetapi juga refleksi dari kesadaran keagamaan dan sosial yang berkembang di masyarakat Muslim perkotaan.

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep *fahm al-māl* (pemahaman terhadap harta) dan *tadbīr al-māl* (pengelolaan harta). Seorang muslim diperintahkan untuk memahami asal-usul hartanya, cara mengelolanya, dan bagaimana menyalurkannya di jalan yang diridai Allah. Rasulullah SAW bersabda:

Tidak akan bergeser kedua kaki seorang hamba pada hari kiamat hingga ia ditanya tentang hartanya, dari mana ia peroleh dan ke mana ia belanjakan.” (HR. Tirmidzi)

Hadis diatas yang diriwayatkan oleh al-Tirmidzi menyatakan bahwa setiap hamba akan dimintai pertanggungjawaban atas hartanya, baik dari sisi perolehan maupun penggunaannya. Al-Mubārakfūrī dalam *Tuhfat al-Aḥwadzī* menjelaskan bahwa hadis ini menegaskan kewajiban akuntabilitas harta, termasuk dalam pemenuhan hak-hak sosial seperti zakat. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membantu muzaki memahami tanggung jawab pengelolaan harta secara benar, khususnya dalam konteks penyaluran zakat melalui sistem digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan penggunaan aktual zakat digital. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan sistem digital secara optimal dan berkelanjutan. Literasi keuangan dalam perspektif Islam bukan hanya soal kemampuan finansial, tetapi juga mencerminkan kesadaran spiritual untuk mengelola harta secara amanah dan menunaikan kewajiban zakat dengan cara yang efisien, modern, dan sesuai syariah.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan berperan strategis dalam memperkuat adopsi zakat digital di kalangan masyarakat Muslim perkotaan. Dalam konteks komunitas Muslimat NU Kota Malang, literasi

keuangan menjadi kunci untuk menumbuhkan kesadaran spiritual sekaligus kecakapan finansial. Lembaga zakat seperti BAZNAS dapat menjadikan literasi keuangan sebagai bagian dari program pemberdayaan umat dengan memberikan edukasi yang berkesinambungan tentang pengelolaan keuangan syariah dan penggunaan aplikasi zakat digital. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya memperkuat kemampuan ekonomi individu, tetapi juga memperluas dampak sosial zakat dalam mewujudkan kesejahteraan umat secara berkelanjutan.

4. Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.7, variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi muzaki terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan *platform* zakat online, semakin positif pula sikap mereka terhadap pemanfaatan teknologi tersebut. Dengan kata lain, persepsi bahwa zakat online memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan transparansi pengelolaan zakat akan mendorong terbentuknya sikap yang lebih baik terhadap penggunaannya. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.8, diketahui bahwa variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* dalam membayar zakat secara online. Hasil analisis menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna terhadap sistem zakat digital, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan layanan tersebut. Artinya, peningkatan persepsi manfaat dapat mendorong peningkatan sikap positif terhadap penggunaan zakat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hasil ini sejalan dengan kondisi empiris pada bab IV bagian karakteristik responden,

yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan anggota komunitas Muslimat NU dengan latar belakang usia dewasa dan tingkat pendidikan yang cukup baik, sehingga memiliki kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital dan lebih mudah merasakan manfaat praktis dari penggunaan platform zakat online.

Temuan ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.1, di mana variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai rata-rata sedang, sedangkan *Attitude Toward Using* memiliki indikator dengan nilai tertinggi, yaitu PU.8, menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat nyata berupa efisiensi waktu dan peningkatan efektivitas dalam berzakat melalui platform digital. Di sisi lain, indikator ATU.2 menggambarkan bahwa responden merasa senang, nyaman, dan percaya terhadap penggunaan zakat digital. Hal ini memperkuat bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin kuat pula sikap positif yang terbentuk terhadap penggunaan zakat digital. Selain itu, hasil evaluasi outer model pada bab IV menunjukkan bahwa indikator PU.8 memiliki nilai *loading factor* paling dominan pada variabel *Perceived Usefulness*, yang menegaskan bahwa manfaat berupa efisiensi waktu dan efektivitas menjadi faktor utama yang memengaruhi terbentuknya sikap positif terhadap zakat digital.

Dalam konteks penelitian ini yang berfokus pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil tersebut memperlihatkan bahwa para responden khususnya anggota Muslimat NU dan masyarakat sekitarnya menilai bahwa zakat digital membantu mereka dalam menunaikan kewajiban zakat maal dengan lebih mudah dan praktis. Sikap positif ini terbentuk karena platform digital dinilai mampu memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan pembayaran tanpa harus datang ke lembaga zakat, serta transparansi dalam pelaporan dan penyaluran dana zakat. Kondisi ini relevan

dengan fenomena yang dipaparkan pada bab I, di mana rendahnya pemanfaatan kanal zakat digital salah satunya disebabkan oleh belum optimalnya persepsi manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam model tersebut, *Perceived Usefulness* merupakan faktor utama yang membentuk sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi. Ketika seseorang yakin bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja, efisiensi, serta produktivitasnya, maka akan muncul sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks zakat digital, manfaat yang dirasakan seperti kemudahan pembayaran, transparansi laporan, kecepatan layanan, serta kemudahan akses menjadi faktor yang menumbuhkan sikap positif terhadap penggunaan sistem zakat digital. Selain itu, Venkatesh dan Davis (2000) melalui *TAM 2* menjelaskan bahwa persepsi manfaat tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan, tetapi juga oleh kepercayaan dan nilai sosial yang melatarbelakanginya. Dalam hal ini, manfaat zakat digital tidak hanya sebatas manfaat teknologis, tetapi juga mencakup manfaat sosial dan spiritual, seperti mempercepat penyaluran zakat, meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam ibadah sosial, serta mendukung transparansi lembaga zakat. Hal ini menguatkan kerangka konseptual penelitian pada bab III yang menempatkan *Perceived Usefulness* sebagai variabel kunci dalam membentuk sikap pengguna sebelum akhirnya memengaruhi niat dan perilaku penggunaan zakat digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Hainnuraqma & Rahman, 2024; Izzuddin & Rohman, 2022; Purwanto, 2021; Siahaan & Prihandoko, 2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna terhadap teknologi digital. Keempat penelitian tersebut menemukan bahwa

semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna baik dalam hal efisiensi waktu, kemudahan transaksi, maupun peningkatan efektivitas kerja maka semakin tinggi pula sikap positif yang muncul terhadap penggunaan sistem digital tersebut. Dalam konteks zakat digital, manfaat yang nyata seperti kemudahan akses dan proses pembayaran menjadi alasan utama pengguna bersikap terbuka terhadap teknologi.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan Rani, (2025) yang menyebutkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna terhadap layanan *QRIS*. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan konteks dan objek penelitian. Dalam penelitian Rani, respondennya adalah pengguna *QRIS* untuk transaksi umum sehari-hari, bukan dalam konteks ibadah seperti zakat. Sedangkan dalam penelitian ini, konteksnya adalah zakat digital yang memiliki dimensi ibadah, sosial, dan spiritual. Dengan demikian, manfaat yang dirasakan oleh pengguna zakat digital bukan hanya dalam aspek kemudahan teknis, tetapi juga manfaat moral dan keberkahan dalam menunaikan kewajiban keagamaan.

Selain itu, hasil ini juga mempertegas pandangan Nasri et al. (2013) dan Hapsoro & Kismiatun (2022) bahwa persepsi manfaat merupakan faktor kunci dalam membangun integrasi antara teknologi dan perilaku keagamaan. Dalam konteks masyarakat muslim, manfaat yang dirasakan dari teknologi zakat digital menjadi dasar terbentuknya keyakinan bahwa inovasi digital tidak bertentangan dengan nilai ibadah, melainkan dapat memperkuatnya.

Dalam perspektif Islam, konsep manfaat atau *maslahah* memiliki posisi penting dalam setiap aktivitas kehidupan. Islam mendorong umatnya untuk memanfaatkan segala hal yang memberikan manfaat dan menghindari yang merugikan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 201:

وَمِنْهُمْ مَنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: “Dan di antara mereka ada orang yang berdoa: ‘Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan peliharalah kami dari siksa neraka’”.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 201 yang berisi doa agar diberikan kebaikan di dunia dan di akhirat. Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa *ḥasanah fī al-dunyā* mencakup berbagai bentuk kemanfaatan dan kebaikan dalam kehidupan dunia yang mengantarkan manusia pada kebaikan akhirat. Sejalan dengan penjelasan tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa Islam membenarkan upaya meraih manfaat duniawi selama tidak terlepas dari tujuan ukhrawi. Dalam konteks zakat digital, manfaat yang dirasakan oleh muzaki seperti efektivitas penyaluran, transparansi pengelolaan, dan ketepatan sasaran merupakan bentuk *ḥasanah fī al-dunyā* yang mendukung tercapainya tujuan ibadah zakat secara optimal. Dengan demikian, penggunaan zakat digital memperkuat persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) tanpa mengabaikan orientasi akhirat.

Selain itu, dalam maqāṣid al-syarī‘ah, manfaat yang mendorong sikap positif terhadap zakat digital berkaitan erat dengan tujuan menjaga harta (*hifz al-māl*) dan mewujudkan kemaslahatan umum (*tahqīq al-maslahah al-‘āmmah*). Melalui zakat digital, muzaki dapat menyalurkan zakat dengan lebih cepat, aman, dan transparan, sehingga manfaatnya lebih luas dan efisien. Sistem zakat digital juga menjadi sarana inovatif dalam menjaga keberlangsungan fungsi sosial zakat di era modern.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* dalam membayar zakat secara online. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap sistem

zakat digital, semakin positif pula sikap yang terbentuk terhadap penggunaannya. Dalam pandangan Islam, manfaat tersebut bukan hanya bersifat material, tetapi juga spiritual, karena memudahkan umat dalam menunaikan kewajiban zakat dengan cara yang lebih efektif, efisien, dan sesuai prinsip syariah.

Implikasi dari temuan ini memberikan gambaran bahwa peningkatan persepsi manfaat menjadi kunci utama dalam membentuk sikap positif terhadap zakat digital, khususnya di kalangan Muslimat NU Kota Malang. Dengan demikian, lembaga zakat dan pihak pengembang platform perlu memperkuat aspek manfaat yang dirasakan oleh pengguna melalui peningkatan fitur layanan, transparansi, serta penyampaian informasi yang mudah dipahami. Edukasi mengenai kemaslahatan zakat digital juga dapat dilakukan melalui kegiatan dakwah dan sosial yang diinisiasi oleh Muslimat NU, sehingga penerimaan masyarakat terhadap sistem zakat digital semakin luas. Penelitian ini sekaligus menegaskan bahwa inovasi teknologi dapat menjadi sarana penguatan nilai ibadah dan sosial, apabila manfaatnya dirasakan nyata oleh masyarakat pengguna.

5. Pengaruh *Perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.7, variabel *Perceived Ease of Use* memiliki nilai *t-statistic* sebesar 12,371 dengan *p-value* sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Artinya, semakin mudah suatu sistem zakat online digunakan oleh muzaki, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan teknologi tersebut. Hasil ini menggambarkan bahwa kemudahan dalam memahami, mengoperasikan, serta mengakses fitur-fitur zakat digital menjadi faktor penting

dalam membangun sikap positif terhadap penggunaannya. Temuan ini sejalan dengan kondisi empiris pada bab IV bagian karakteristik responden, khususnya pada karakteristik usia dan tingkat pendidikan responden, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia dewasa produktif dengan latar belakang pendidikan yang cukup baik, sehingga masih memerlukan sistem zakat digital yang mudah dipahami dan dioperasikan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4.7, variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 12,371 dengan *p-value* sebesar 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* dalam membayar zakat secara online. Dengan demikian, semakin mudah suatu sistem zakat digital digunakan, maka semakin positif pula sikap masyarakat terhadap penggunaan layanan zakat online. Hasil ini memperlihatkan bahwa kemudahan dalam memahami, mengoperasikan, dan mengakses aplikasi zakat digital menjadi faktor penting dalam pembentukan sikap positif masyarakat terhadap teknologi zakat online.

Secara empiris, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa responden penelitian menilai kemudahan sebagai aspek yang menentukan dalam membentuk pandangan mereka terhadap penggunaan layanan zakat digital. Aplikasi yang mudah diakses, navigasi yang jelas, serta alur pembayaran yang tidak rumit membuat pengguna merasa nyaman dan terbantu ketika menunaikan kewajiban zakatnya. Proses pembayaran yang sederhana memungkinkan muzaki untuk berinteraksi dengan sistem tanpa rasa khawatir, sehingga timbul sikap positif berupa keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. Kondisi ini sejalan dengan pola perilaku masyarakat perkotaan yang cenderung menyukai layanan digital yang praktis,

efisien, dan cepat digunakan. Hal ini juga diperkuat oleh hasil statistik deskriptif pada BAB IV yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi zakat digital, yang mencerminkan bahwa aspek kemudahan masih menjadi pertimbangan utama dalam membentuk sikap penggunaan teknologi keagamaan.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), bahwa *Perceived Ease of Use* merupakan salah satu determinan utama terbentuknya *Attitude Toward Using*. Ketika seseorang memandang bahwa teknologi mudah digunakan, maka hambatan psikologis akan berkurang dan individu akan cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks zakat online, kemudahan yang dirasakan dalam proses pembayaran, mulai dari login, pemilihan jenis zakat, hingga konfirmasi transaksi, menumbuhkan keyakinan dan sikap positif masyarakat untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam menunaikan kewajiban keagamaannya. Dengan demikian, hasil ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan berperan langsung dalam membentuk sikap yang mendukung penggunaan zakat digital.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh temuan (Purwanto 2021; Izzuddin & Rohman 2022; Kurniawan 2023; Hainurrahma 2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan teknologi zakat digital. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan memang menjadi salah satu pendorong utama dalam membentuk sikap positif pengguna terhadap layanan zakat digital. Hal ini dapat dijelaskan karena kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mengakses dan mengoperasikan sistem zakat digital mampu mengurangi hambatan dalam proses

adopsi teknologi, sehingga menumbuhkan rasa nyaman dan keyakinan dalam menggunakan aplikasi zakat. Masyarakat yang tidak terbiasa dengan teknologi akan lebih mudah menerima sistem zakat digital jika mereka merasa bahwa prosesnya sederhana dan tidak membutuhkan kemampuan teknis yang rumit. Dengan demikian, persepsi kemudahan menjadi aspek yang sangat menentukan terbentuknya sikap positif terhadap layanan zakat online.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mumtaz & Athoillah, (2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan zakat digital. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden dan tingkat pengalaman teknologi yang berbeda. Penelitian Mumtaz & Athoillah, (2025) menggunakan responden dari kalangan mahasiswa, yang umumnya sudah terbiasa dengan berbagai aplikasi digital dan memiliki literasi teknologi yang tinggi. Kondisi tersebut membuat kemudahan penggunaan bukan lagi faktor dominan dalam membentuk sikap, karena bagi kelompok tersebut, penggunaan teknologi sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Sebaliknya, pada penelitian ini yang menggunakan masyarakat umum di Kota Malang sebagai responden, tingkat keterpaparan terhadap teknologi tidak merata. Oleh karena itu, aspek kemudahan tetap menjadi faktor penting yang memengaruhi pembentukan sikap positif terhadap penggunaan zakat digital, karena masyarakat masih menilai kemudahan sebagai pertimbangan utama dalam menerima inovasi baru yang berkaitan dengan ibadah keagamaan.

Dari perspektif Islam, prinsip kemudahan merupakan bagian penting dari nilai-nilai syariah. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Hajj ayat 78:

وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ

Artinya: “*Dan Dia tidak menjadikan untukmu dalam agama suatu kesempitan.*”

Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Hajj [22]: 78, Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini menegaskan prinsip dasar syariat Islam yang dibangun atas asas kemudahan dan penghapusan kesulitan dalam pelaksanaan ibadah. Sejalan dengan hal tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa ayat ini menjadi landasan kebolehan penerapan berbagai mekanisme ibadah selama tetap berpegang pada prinsip syariah. Prinsip ini juga diperkuat oleh sabda Rasulullah saw., “*Permudahlah dan jangan mempersulit*” (HR. al-Bukhari dan Muslim), yang oleh Imam al-Nawawi dipahami sebagai anjuran untuk memilih cara yang lebih mudah tanpa melanggar ketentuan agama. Dalam konteks zakat digital, pemanfaatan teknologi yang sederhana dan efisien dapat dipahami sebagai implementasi prinsip *taysīr* dalam ibadah sosial, selama mekanismenya tetap sesuai dengan nilai dan ketentuan syariah Islam.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kemudahan penggunaan sistem zakat digital mampu menumbuhkan sikap positif masyarakat dalam berinteraksi dengan layanan zakat berbasis teknologi. Sikap positif ini muncul karena pengguna merasa terbantu dan lebih yakin dalam menjalankan kewajiban zakat tanpa harus menghadapi proses yang rumit. Berdasarkan hasil empiris, dukungan teori TAM, hasil penelitian terdahulu, serta nilai-nilai keislaman yang relevan, maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using* dalam membayar zakat secara online. Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) dinyatakan diterima.

Hasil ini memiliki implikasi praktis bagi lembaga zakat dan pengembang platform zakat digital, terutama dalam konteks pemberdayaan komunitas Muslimat NU di Kota Malang. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kemudahan

penggunaan sistem merupakan strategi utama dalam membangun sikap positif masyarakat terhadap layanan zakat digital. Oleh karena itu, lembaga zakat perlu mengoptimalkan desain antarmuka aplikasi agar lebih ramah pengguna, menyediakan panduan penggunaan yang jelas, serta melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat melalui kegiatan keagamaan Muslimat NU. Dari sisi akademik, penelitian ini menegaskan pentingnya memasukkan faktor kemudahan sebagai variabel kunci dalam kajian adopsi teknologi keagamaan. Sedangkan dari sisi sosial-keagamaan, hasil ini memperlihatkan bahwa kemudahan yang dihadirkan oleh teknologi digital tidak hanya mendorong efisiensi ibadah, tetapi juga memperkuat semangat dakwah Islam yang adaptif terhadap perubahan zaman.

6. Pengaruh Literasi keuangan terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4.7, variabel *Literasi Keuangan* (LK) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula niat atau keinginan mereka untuk menggunakan layanan zakat digital. Artinya, pengetahuan dan pemahaman individu terhadap konsep keuangan syariah, termasuk fungsi, manfaat, serta mekanisme zakat, mendorong munculnya niat yang kuat untuk menunaikan zakat melalui platform digital yang dinilai praktis dan sesuai dengan prinsip Islam. Temuan ini sejalan dengan kondisi empiris pada BAB IV bagian karakteristik responden, khususnya pada karakteristik tingkat pendidikan dan pengalaman responden dalam menggunakan layanan digital, yang menunjukkan bahwa responden dengan

pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk memanfaatkan zakat digital.

Secara empiris, hasil ini menunjukkan bahwa responden dengan tingkat literasi keuangan yang baik memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan layanan zakat online karena mereka memahami manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem digital. Individu yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dan tanggung jawab sosial ekonomi syariah akan lebih mudah menerima inovasi dalam pengelolaan zakat. Pemahaman tersebut mencakup kesadaran bahwa zakat bukan hanya kewajiban ibadah, tetapi juga instrumen distribusi ekonomi yang dapat disalurkan secara efektif melalui teknologi. Dengan demikian, semakin tinggi kemampuan seseorang dalam memahami konsep dasar keuangan Islam, semakin besar pula niatnya untuk mengadopsi sistem zakat digital yang dianggap efisien dan transparan. Hal ini juga diperkuat oleh hasil statistik deskriptif pada BAB IV yang menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berada pada kategori cukup tinggi, sehingga secara empiris mendukung munculnya niat responden untuk menggunakan zakat digital.

Dalam konteks penelitian ini yang berfokus pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang, temuan tersebut menggambarkan bahwa responden menilai kemudahan sebagai aspek utama dalam membentuk sikap mereka terhadap penggunaan zakat digital. Sebagian besar anggota Muslimat NU yang menjadi responden merupakan pengguna aktif media sosial dan aplikasi keuangan sederhana, namun tidak semuanya memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi. Oleh karena itu, aplikasi zakat digital yang mudah diakses, memiliki panduan yang jelas, serta proses pembayaran yang sederhana menjadi alasan utama munculnya sikap positif terhadap penggunaannya.

Kemudahan ini juga membuat mereka merasa terbantu dalam menunaikan kewajiban zakat tanpa harus datang langsung ke lembaga zakat, sehingga waktu dan tenaga dapat dihemat. Kondisi ini relevan dengan fenomena pada BAB I yang menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan masyarakat menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat dan niat penggunaan kanal zakat digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana niat berperilaku (*behavioral intention to use*) dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dalam penelitian ini, literasi keuangan menjadi faktor eksternal yang memperkuat keyakinan pengguna terhadap kedua persepsi tersebut. Semakin baik pemahaman keuangan seseorang, semakin besar kemampuannya dalam menilai manfaat nyata dari penggunaan sistem zakat digital, serta semakin tinggi pula kepercayaannya bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, literasi keuangan memperkuat penerapan prinsip TAM dengan meningkatkan kesadaran dan keyakinan rasional masyarakat terhadap manfaat penggunaan teknologi dalam ibadah zakat.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kasri & Yuniar 2021; Nugraha 2023; Kasri & Sosianti 2024), serta Kasri dan Sosianti (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan layanan keuangan syariah digital, termasuk zakat online. Kasri dan Yuniar (2021) menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan umat Muslim, semakin besar kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam layanan keuangan berbasis teknologi karena memahami manfaatnya secara rasional dan religius. Selanjutnya, Nugraha (2023) menjelaskan

bahwa literasi keuangan mampu mendorong niat pengguna untuk berzakat secara digital karena pemahaman yang baik terhadap manfaat efisiensi dan transparansi pengelolaan zakat. Penelitian terbaru oleh Kasri dan Sosianti (2024) juga memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan determinan penting yang meningkatkan niat berperilaku dalam penggunaan sistem zakat digital.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa dan Fadilah (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi zakat digital. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan karena karakteristik responden yang berbeda. Penelitian Nisa dan Fadilah (2023) menggunakan responden dari kalangan mahasiswa ekonomi syariah yang memiliki tingkat literasi tinggi, namun belum memiliki pengalaman langsung dalam membayar zakat secara digital. Akibatnya, pengetahuan yang mereka miliki belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi niat nyata untuk berzakat melalui platform digital. Sementara itu, responden dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari masyarakat umum di Kota Malang yang sudah menggunakan atau pernah mencoba sistem zakat online, sehingga pengetahuan keuangan mereka benar-benar memengaruhi niat berperilaku secara langsung. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan niat penggunaan teknologi zakat digital di kalangan masyarakat pengguna aktif.

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan memiliki nilai yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan tanggung jawab pengelolaan harta dan pelaksanaan kewajiban zakat. Islam menekankan pentingnya pemahaman terhadap harta, termasuk cara memperoleh, mengelola, dan menyalurkannya sesuai ketentuan syariah. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 7:

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

Artinya: “Supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.”

Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Ḥasyr [59]: 7, Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini menegaskan prinsip keadilan distribusi harta dan larangan terjadinya konsentrasi kekayaan pada kelompok tertentu, sehingga instrumen syariah seperti zakat memiliki peran strategis dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Sejalan dengan hal tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa pengelolaan harta dalam Islam harus diarahkan pada kemaslahatan masyarakat secara luas. Prinsip ini diperkuat oleh sabda Rasulullah saw. yang diriwayatkan oleh al-Tirmidzi mengenai pertanggungjawaban harta di hadapan Allah, yang oleh Al-Mubārakfūrī dipahami sebagai kewajiban akuntabilitas atas perolehan dan penggunaan harta, termasuk dalam penunaian zakat. Dalam konteks zakat digital, literasi keuangan menjadi faktor penting yang mendorong kesadaran dan niat muzaki untuk menyalurkan zakat secara tepat, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga distribusi zakat dapat berjalan lebih efektif dan berkeadilan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk niat masyarakat untuk menggunakan layanan zakat digital. Pemahaman yang baik mengenai aspek keuangan Islam membuat individu lebih yakin terhadap manfaat dan keamanan sistem zakat berbasis teknologi. Berdasarkan hasil empiris, teori pendukung, penelitian terdahulu, serta landasan nilai-nilai keislaman, maka dapat disimpulkan bahwa *Literasi Keuangan* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan masyarakat, khususnya di kalangan Muslimat NU Kota Malang, berpotensi memperluas penerimaan terhadap layanan zakat digital. Lembaga amil zakat dan pemerintah daerah dapat menjadikan hasil ini sebagai dasar dalam merancang program edukasi keuangan syariah dan pelatihan digital yang menyasar komunitas keagamaan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan dan teknologi, masyarakat akan semakin yakin untuk menunaikan zakat melalui platform digital yang efisien, aman, dan sesuai syariah. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya meningkatkan niat penggunaan zakat digital, tetapi juga mendukung transformasi digital dalam tata kelola zakat nasional secara berkelanjutan.

7. Pengaruh *Attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioral intention to use*) dalam membayar zakat secara online. Artinya, semakin positif sikap masyarakat terhadap penggunaan layanan zakat digital, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terus memanfaatkan platform tersebut dalam menunaikan zakat. Sikap positif yang terbentuk mencerminkan keyakinan bahwa zakat digital adalah sarana ibadah yang praktis, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Temuan ini sejalan dengan hasil pengujian pada bab IV yang menunjukkan bahwa variabel *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*, sehingga secara empiris membuktikan bahwa sikap merupakan determinan penting dalam membentuk niat penggunaan zakat digital.

Dalam konteks penelitian ini, yang berfokus pada komunitas Muslimat NU di Kota Malang, temuan tersebut menunjukkan bahwa para responden memiliki

kecenderungan positif terhadap penggunaan teknologi zakat. Sebagian besar anggota komunitas ini menilai bahwa aplikasi zakat digital membantu mereka menjalankan kewajiban zakat secara lebih mudah, terutama bagi yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas. Sikap positif ini muncul karena pengalaman langsung dalam menggunakan platform digital yang dinilai mempermudah proses pembayaran zakat, mulai dari pemilihan jenis zakat hingga konfirmasi pembayaran. Selain itu, adanya kepercayaan terhadap lembaga zakat yang bekerja sama dengan platform digital juga memperkuat keyakinan mereka bahwa zakat online dapat menyalurkan dana dengan tepat sasaran. Kondisi ini selaras dengan karakteristik responden pada BAB IV, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan perempuan dewasa anggota komunitas keagamaan Muslimat NU yang aktif mengikuti kegiatan sosial-keagamaan, sehingga memiliki tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap lembaga zakat resmi.

Secara teoretis, temuan ini memperkuat konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi merupakan faktor psikologis yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention to use*). Seseorang yang memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi akan menumbuhkan rasa percaya, kenyamanan, dan keyakinan terhadap manfaat sistem yang digunakan. Sikap tersebut mendorong lahirnya niat yang kuat untuk terus memanfaatkan teknologi dalam kegiatan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, masyarakat yang merasa bahwa zakat digital memberikan kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi

akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk berzakat secara online di masa mendatang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kasri & Yuniar 2021; Kurniawan 2023; Hainurrahma 2024; Mumtaz & Athoillah 2025). Seluruh penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi zakat digital berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku untuk berzakat secara online. Kesamaan hasil ini terjadi karena para responden dalam penelitian-penelitian tersebut telah memiliki persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi digital, serta tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga zakat pengelola dana. Sikap positif tersebut kemudian menumbuhkan keyakinan bahwa berzakat melalui platform digital tidak hanya praktis, tetapi juga aman, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap manfaat dan kemudahan zakat digital, semakin kuat pula niatnya untuk menggunakannya secara berulang.

Meskipun demikian, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak sejalan, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Indra Kurniawan dan Dzikrulloh (2023); serta sebagian temuan dari penelitian Mumtaz dan Athoillah (2025). Penelitian-penelitian tersebut mengungkapkan bahwa meskipun responden memiliki sikap positif terhadap penggunaan zakat digital, hal tersebut tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh sejumlah faktor, antara lain rendahnya tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat digital, masih kuatnya kebiasaan masyarakat dalam menunaikan zakat secara konvensional karena dianggap lebih afdhal dan personal, serta keterbatasan pengalaman digital pada sebagian kelompok masyarakat. Faktor-faktor tersebut

menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi belum tentu menghasilkan niat perilaku yang nyata apabila tidak diiringi dengan rasa percaya, pengalaman digital yang memadai, serta pemahaman keagamaan yang kuat tentang keabsahan zakat digital.

Dari perspektif Islam, hasil penelitian ini memiliki relevansi spiritual yang kuat. Sikap positif terhadap penggunaan zakat digital mencerminkan niat (*niyyah*) dan kesadaran ibadah untuk menunaikan kewajiban zakat secara optimal. Rasulullah SAW bersabda bahwa setiap amal bergantung pada niatnya (HR. al-Bukhari dan Muslim). Imam al-Nawawi dalam *Syarh Ṣaḥīḥ Muslim* menjelaskan bahwa niat merupakan fondasi utama yang menentukan nilai ibadah, terlepas dari sarana yang digunakan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital sebagai media penunaian zakat tidak mengurangi nilai ibadah selama dilakukan dengan niat yang benar dan sesuai ketentuan syariah. Dalam kerangka maqāṣid al-syarī'ah, sebagaimana dirumuskan oleh al-Ghazālī dan dikembangkan oleh al-Shātibī, inovasi zakat digital mencerminkan prinsip *maṣlaḥah* karena mampu meningkatkan transparansi pengelolaan, mempercepat distribusi, dan memperluas jangkauan mustahik, sehingga mendukung tercapainya tujuan syariah berupa *ḥifẓ al-māl* dan *ḥifẓ al-nafs*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap positif masyarakat terhadap penggunaan zakat digital terbukti mampu meningkatkan niat untuk berzakat secara online. Sikap tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi seperti kemudahan dan manfaat, tetapi juga oleh nilai spiritual berupa keikhlasan, rasa tanggung jawab, dan keinginan untuk menebar kemaslahatan. Oleh karena itu, lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS dan LAZ perlu memperkuat edukasi publik yang menekankan aspek ibadah, kepercayaan, dan nilai-nilai syariah dalam

penggunaan layanan zakat digital. Upaya ini penting agar sikap positif masyarakat dapat berkembang menjadi niat dan komitmen yang berkelanjutan dalam menunaikan zakat melalui media digital.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan sikap positif masyarakat terhadap zakat digital perlu terus diperkuat melalui edukasi dan sosialisasi berbasis nilai-nilai keislaman. Bagi komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini menegaskan bahwa pendekatan keagamaan yang menekankan kemudahan, manfaat, dan kesesuaian zakat digital dengan syariah dapat meningkatkan niat dan partisipasi dalam penggunaan platform zakat online. Lembaga amil zakat seperti BAZNAS dan LAZ dapat mengambil peran aktif dalam membangun kepercayaan publik melalui program literasi digital dan transparansi pengelolaan dana. Dengan memperkuat keyakinan bahwa zakat digital merupakan bentuk ibadah yang sah, aman, dan bermanfaat, sikap positif masyarakat dapat berkembang menjadi niat yang kuat dan berkelanjutan untuk menunaikan zakat melalui layanan digital.

8. Pengaruh *Behavioral intention to use* terhadap *actual use* dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *Behavioral Intention to Use* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* dalam membayar zakat secara online. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan layanan zakat digital, semakin besar pula kecenderungan mereka benar-benar menggunakannya dalam praktik. Dengan kata lain, niat perilaku menjadi faktor psikologis yang berperan penting dalam mendorong realisasi tindakan muzaki dalam menunaikan zakat secara digital. Hasil ini sejalan dengan temuan empiris pada bab IV yang menunjukkan bahwa *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh signifikan

terhadap *Actual Use*, sehingga menegaskan bahwa niat berperilaku menjadi penentu utama dalam terwujudnya perilaku penggunaan zakat digital

Dalam konteks penelitian ini, khususnya pada komunitas Muslimat NU Kota Malang dan masyarakat di sekitarnya, niat berzakat secara online tidak hanya muncul karena faktor kemudahan teknologi, tetapi juga karena adanya kesadaran religius dan sosial yang tinggi. Para anggota komunitas memiliki motivasi spiritual untuk menunaikan kewajiban zakat dengan cara yang lebih efisien dan transparan. Selain itu, adanya kepercayaan terhadap lembaga zakat digital yang bekerja sama dengan platform terpercaya turut memperkuat keyakinan mereka untuk benar-benar melaksanakan pembayaran zakat melalui kanal daring. Kondisi ini selaras dengan karakteristik responden pada BAB IV, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan anggota komunitas keagamaan Muslimat NU yang aktif mengikuti kegiatan sosial-keagamaan dan memiliki tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap lembaga zakat resmi.

Secara teoretis, hasil ini memperkuat konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana *behavioral intention* atau niat perilaku dipandang sebagai faktor psikologis terdekat yang menentukan munculnya perilaku aktual (*actual use*). Seseorang yang memiliki niat kuat untuk menggunakan teknologi akan terdorong untuk mewujudkan niat tersebut menjadi tindakan nyata. Dalam konteks zakat digital, muzaki yang memiliki keyakinan terhadap manfaat teknologi, merasa nyaman dan mudah dalam penggunaannya, serta percaya terhadap kredibilitas lembaga zakat, cenderung akan benar-benar menunaikan zakat melalui sistem digital secara rutin dan berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Davis 1989; Chowdhury 2020; Nuryahya 2021; Kasri & Sosianti 2024; Rani 2025). Seluruh penelitian tersebut menunjukkan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual use* dalam konteks sistem keuangan dan layanan zakat digital. Kesamaan hasil ini terjadi karena niat merupakan bentuk kesiapan psikologis yang mencerminkan keyakinan dan kepercayaan pengguna terhadap sistem teknologi yang digunakan. Dalam konteks ini, masyarakat yang memiliki niat kuat berzakat melalui platform digital cenderung menganggap sistem tersebut lebih efisien, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mendorong mereka untuk benar-benar melaksanakannya.

Namun, terdapat pula penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, seperti yang dilakukan oleh (Waluyo 2022; Ninglasari 2021; Mumtaz & Athoillah 2025). Penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa meskipun responden memiliki niat tinggi untuk menggunakan zakat digital, hal tersebut tidak selalu diikuti dengan perilaku aktual. Ketidaksesuaian ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses internet di daerah tertentu, serta preferensi masyarakat yang masih merasa lebih nyaman membayar zakat secara langsung karena dianggap lebih afdhal dan personal. Selain itu, masih adanya keraguan terhadap keamanan data pribadi dan transparansi lembaga pengelola zakat juga menjadi penghambat terwujudnya niat menjadi perilaku nyata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa niat yang kuat belum tentu otomatis menghasilkan perilaku aktual tanpa dukungan faktor eksternal seperti kepercayaan, pengalaman digital, dan kemudahan akses layanan.

Dalam perspektif Islam, hubungan antara niat dan perilaku aktual memiliki makna ibadah yang sangat mendalam. Islam menekankan pentingnya *niyyah* (niat) sebagai dasar dari setiap amal, namun menegaskan bahwa niat yang baik harus disertai dengan tindakan nyata agar bernilai sempurna di sisi Allah SWT. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 177:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ

Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, serta memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, dan orang-orang yang meminta-minta, serta untuk memerdekakan hamba sahaya; mendirikan salat, dan menunaikan zakat.”

Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini menunjukkan keterkaitan erat antara iman, niat, dan realisasi perbuatan sebagai ukuran kebajikan seorang Muslim. Sejalan dengan hal tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa kesalehan tidak cukup diwujudkan dalam niat semata, melainkan harus tercermin dalam tindakan konkret. Dalam konteks zakat digital, *behavioral intention* dapat dipahami sebagai niat tulus muzaki untuk menunaikan kewajiban zakat, sementara *actual use* merupakan manifestasi nyata dari niat tersebut melalui tindakan berzakat secara daring. Perilaku ini juga mencerminkan penerapan prinsip *maṣlaḥah* dalam maqāṣid al-syarī‘ah, karena pemanfaatan teknologi zakat digital mampu memperluas manfaat sosial, meningkatkan efisiensi penyaluran, serta memperkuat transparansi dan keadilan distribusi bagi mustahik.

Penelitian ini memberikan implikasi penting, baik secara praktis maupun sosial. Bagi lembaga pengelola zakat, hasil ini menegaskan bahwa peningkatan niat

muzaki dapat diperkuat melalui strategi komunikasi yang menekankan nilai religius, kemudahan akses, dan transparansi dalam pengelolaan zakat digital. Lembaga juga perlu meningkatkan kepercayaan publik dengan menyediakan laporan penyaluran zakat yang jelas dan dapat diakses. Sementara itu, bagi komunitas Muslimat NU dan masyarakat Kota Malang secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam berzakat dapat menjadi sarana ibadah yang selaras dengan nilai-nilai Islam sekaligus mendukung efisiensi dan pemerataan distribusi zakat di era digital.

9. Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan oleh muzaki terhadap penggunaan zakat digital, semakin positif pula sikap mereka terhadap layanan tersebut, dan pada akhirnya semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakannya. Dengan demikian, *Attitude Toward Using* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan niat perilaku dalam konteks penggunaan zakat digital. Hasil ini sesuai dengan temuan empiris pada bab IV yang menunjukkan bahwa jalur tidak langsung *Perceived Usefulness* → *Attitude Toward Using* → *Behavioral Intention to Use* memiliki nilai koefisien dan signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian mediasi.

Dalam konteks komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini menggambarkan bahwa persepsi manfaat terhadap zakat digital terbentuk karena adanya pengalaman langsung dan dukungan sosial di lingkungan keagamaan. Para anggota Muslimat NU menilai bahwa layanan zakat digital memberikan banyak

kemudahan, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses pembayaran, serta transparansi laporan penyaluran zakat. Manfaat-manfaat tersebut menumbuhkan sikap positif dan rasa percaya terhadap sistem zakat digital, yang pada akhirnya membentuk niat yang kuat untuk terus berzakat melalui platform daring. Hal ini menunjukkan bahwa aspek manfaat tidak hanya menciptakan persepsi rasional, tetapi juga memunculkan penerimaan emosional terhadap teknologi sebagai sarana ibadah yang praktis dan modern. Temuan ini diperkuat oleh karakteristik responden pada bab IV yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan anggota komunitas keagamaan yang aktif, terbiasa menggunakan aplikasi digital sederhana, serta memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan zakat online.

Secara teoretis, hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Model ini menjelaskan bahwa pengguna yang menilai suatu sistem bermanfaat akan membentuk sikap positif terhadap penggunaannya, dan sikap tersebut menjadi pendorong utama terbentuknya niat perilaku. Dalam konteks zakat digital, ketika muzaki meyakini bahwa sistem digital mempermudah proses pembayaran zakat, meningkatkan transparansi, serta memperluas jangkauan penyaluran kepada mustahik, maka persepsi tersebut akan menumbuhkan sikap positif yang mendorong niat untuk terus menggunakan platform zakat digital. Dengan demikian, *Attitude Toward Using* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap niat penggunaan, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka konseptual penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hainurrahma, 2024; Purwanto, 2021). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi terhadap sistem zakat digital berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan, baik secara langsung maupun melalui sikap terhadap penggunaan. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasakan manfaat nyata dari teknologi zakat digital seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan transparansi laporan akan memiliki pandangan yang lebih positif terhadap sistem tersebut, dan akhirnya menumbuhkan niat yang kuat untuk terus memanfaatkannya. Dalam konteks penelitian ini, responden dari masyarakat Kota Malang menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor penting yang menumbuhkan sikap positif terhadap zakat digital, yang kemudian mengarah pada niat untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

Sementara itu, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh (Ninglasari, 2021; Rahmantina & Sosianti, 2023; Waluyo, 2022) menemukan bahwa *Perceived Usefulness* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti rendahnya tingkat pengalaman pengguna terhadap sistem zakat digital, kurangnya sosialisasi dari lembaga pengelola zakat, serta adanya pandangan bahwa teknologi zakat belum sepenuhnya dapat menggantikan nilai sosial dan spiritual dari interaksi langsung dalam berzakat. Dalam konteks tersebut, meskipun pengguna menyadari manfaat teknologi, sikap positif belum tentu terbentuk karena faktor emosional dan kepercayaan belum sepenuhnya terbangun. Oleh karena itu, efek mediasi *Attitude Toward Using* tidak selalu kuat di lingkungan dengan tingkat literasi digital dan religiusitas yang beragam.

Dalam perspektif Islam, hasil penelitian ini mencerminkan keseimbangan antara dimensi rasional dan spiritual dalam beribadah. *Perceived Usefulness* dapat diibaratkan sebagai bentuk kesadaran rasional terhadap kemaslahatan, sementara *Attitude Toward Using* mencerminkan penerimaan hati terhadap sarana ibadah yang lebih efisien dan modern. Islam mendorong umatnya untuk memanfaatkan teknologi selama tetap berada dalam koridor syariah, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”

Sejalan dengan hal tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa Islam tidak memisahkan antara urusan dunia dan akhirat, sehingga aktivitas duniawi dapat bernilai ibadah apabila diniatkan dengan benar. Dalam konteks zakat digital, pemanfaatan teknologi sebagai sarana penunaian zakat dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman yang tidak mengurangi nilai spiritual ibadah. Sikap positif terhadap teknologi zakat mencerminkan kesadaran bahwa kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperluas manfaat zakat dan memperkuat tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*), khususnya *ḥifẓ al-māl*, *ḥifẓ al-naḥs*, dan perwujudan keadilan sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using* dalam membayar zakat secara online. Persepsi manfaat yang tinggi terhadap zakat digital akan membentuk sikap positif terhadap penggunaannya, dan sikap

tersebut menjadi jembatan penting yang mendorong niat perilaku untuk terus memanfaatkan layanan zakat digital. Namun, agar hubungan mediasi ini tetap kuat, lembaga pengelola zakat perlu memperkuat sosialisasi mengenai manfaat zakat digital, menanamkan nilai-nilai spiritual dalam penggunaan teknologi, serta menjaga kepercayaan publik melalui transparansi dan akuntabilitas. Dengan demikian, zakat digital tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai sarana ibadah modern yang membawa kemudahan, keikhlasan, dan kemaslahatan bagi umat.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use* tidak hanya bekerja melalui jalur tidak langsung, tetapi juga tetap memberikan pengaruh secara langsung. Nilai koefisien jalur langsung yang signifikan menunjukkan bahwa persepsi manfaat tetap memiliki kontribusi penting dalam membentuk niat perilaku meskipun variabel mediasi turut berperan. Kesignifikanan pada kedua jalur ini baik langsung maupun tidak langsung menegaskan bahwa bentuk mediasi yang terjadi termasuk dalam kategori mediasi parsial (*partial mediation*). Mediasi parsial menunjukkan bahwa keberadaan Attitude Toward Using tidak menghapus pengaruh langsung, tetapi justru memperkuat dan memperjelas hubungan tersebut. Artinya, meskipun sikap positif terhadap penggunaan teknologi zakat digital menjadi katalis penting, manfaat yang dirasakan oleh muzaki tetap berperan secara langsung dalam membentuk niat berzakat melalui platform digital. Temuan ini konsisten dengan hasil uji mediasi pada bab IV yang menunjukkan bahwa keberadaan *Attitude Toward Using* tidak mengeliminasi pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use*, tetapi justru memperkuat hubungan tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa muzaki dari Komunitas Muslimat NU Kota Malang tidak hanya dipengaruhi oleh keyakinan rasional mengenai manfaat zakat digital, tetapi juga oleh keyakinan emosional dan penerimaan psikologis terhadap penggunaan teknologi sebagai sarana ibadah. Sikap positif yang terbentuk menjadi ruang internalisasi nilai baik dari sisi kemudahan maupun kesesuaiannya dengan norma keagamaan dan dukungan sosial yang selanjutnya memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan niat perilaku. Secara metodologis, temuan ini memperkuat bahwa model penerimaan teknologi (TAM) bekerja secara komprehensif, di mana proses adopsi dipengaruhi oleh kombinasi antara pengaruh langsung dan tidak langsung.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online, dan hubungan ini bekerja melalui mekanisme mediasi parsial. Persepsi manfaat yang tinggi terhadap zakat digital membentuk sikap positif terhadap penggunaannya, sementara sikap positif tersebut menjadi jembatan penting yang mendorong niat perilaku untuk terus memanfaatkan layanan zakat digital. Namun, manfaat tersebut juga tetap memberikan pengaruh langsung terhadap niat pengguna, sehingga keduanya bekerja secara komplementer dalam membentuk keputusan muzaki.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi lembaga pengelola zakat untuk memperkuat persepsi manfaat di kalangan muzaki, khususnya pada komunitas keagamaan seperti Muslimat NU. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan edukasi digital, sosialisasi manfaat zakat online, serta penyampaian laporan penyaluran yang transparan. Sikap positif terhadap zakat digital juga perlu ditumbuhkan dengan

menonjolkan nilai spiritual dan sosial di balik penggunaan teknologi tersebut. Dengan demikian, zakat digital tidak hanya menjadi sarana praktis untuk beribadah, tetapi juga menjadi medium dakwah dan pemberdayaan ekonomi umat yang berkelanjutan.

10. Pengaruh *Perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Artinya, semakin mudah sistem zakat digital digunakan, semakin positif pula sikap pengguna terhadap layanan tersebut, dan pada akhirnya semakin kuat pula niat mereka untuk berzakat secara online. Dengan demikian, *Attitude Toward Using* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat perilaku muzaki. Temuan ini sejalan dengan hasil pengujian mediasi pada BAB IV yang menunjukkan bahwa jalur tidak langsung *Perceived Ease of Use* → *Attitude Toward Using* → *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh yang signifikan.

Dalam konteks komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini menggambarkan bahwa kemudahan penggunaan sistem zakat digital menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif para muzaki. Banyak anggota Muslimat NU dan masyarakat sekitar merasa bahwa aplikasi zakat digital mudah dipahami, tidak rumit, serta praktis digunakan. Kemudahan tersebut menumbuhkan rasa nyaman dan keyakinan bahwa zakat digital dapat menjadi solusi modern yang tetap sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Sikap positif inilah yang kemudian mendorong munculnya niat yang kuat untuk terus memanfaatkan sistem zakat digital dalam menunaikan kewajiban zakat mereka. Kondisi ini relevan dengan karakteristik responden pada

BAB IV yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia dewasa dan telah terbiasa menggunakan aplikasi digital sederhana dalam aktivitas sehari-hari, meskipun dengan tingkat literasi teknologi yang beragam.

Secara teoretis, hasil ini mendukung model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana *Perceived Ease of Use* memengaruhi *Behavioral Intention to Use* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Attitude Toward Using*. Model ini menjelaskan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan seseorang memiliki sikap positif terhadap sistem tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk menggunakannya. Dalam konteks zakat digital, kemudahan dalam mengakses aplikasi, memahami fitur pembayaran, dan proses transaksi yang cepat menjadi faktor penting yang menumbuhkan sikap positif masyarakat terhadap layanan zakat online. Sikap positif ini kemudian menjadi dorongan utama munculnya niat untuk berzakat secara digital secara konsisten. Dengan demikian, *Attitude Toward Using* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi kemudahan dengan niat perilaku, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka konseptual penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hainurrahma, 2024; Purwanto, 2021). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem zakat digital berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan melalui pembentukan sikap positif terhadap teknologi. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa proses penggunaan sistem digital tidak rumit dan tidak membutuhkan usaha besar untuk dipelajari, maka mereka akan lebih menerima teknologi tersebut dengan sikap positif, yang selanjutnya meningkatkan niat perilaku. Dalam penelitian ini, responden di Kota Malang

menunjukkan bahwa kemudahan sistem zakat digital seperti antarmuka sederhana, petunjuk penggunaan yang jelas, serta kemudahan dalam verifikasi transaksi menjadi alasan utama terbentuknya sikap positif terhadap layanan zakat digital.

Namun demikian, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, seperti yang dilakukan oleh (Ninglasari, 2021; Rahmantina & Sosianti, 2023; Waluyo, 2022). Penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan melalui sikap terhadap penggunaan. Perbedaan ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengalaman digital pada sebagian responden, rendahnya kepercayaan terhadap keamanan aplikasi zakat, serta preferensi masyarakat yang masih kuat terhadap metode pembayaran zakat secara langsung. Selain itu, sebagian pengguna merasa bahwa meskipun aplikasi zakat mudah diakses, mereka tetap lebih nyaman melakukan pembayaran secara tatap muka karena adanya nilai sosial dan spiritual yang dirasakan lebih tinggi dalam interaksi langsung dengan amil zakat. Dengan demikian, meskipun persepsi kemudahan penting, faktor kepercayaan, kebiasaan, dan nilai keagamaan juga menjadi penentu kuat dalam pembentukan sikap dan niat perilaku.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa hubungan antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention to use* tidak hanya terjadi melalui jalur tidak langsung, tetapi juga tetap menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Kesignifikanan kedua jalur ini baik pengaruh langsung maupun tidak langsung mengindikasikan bahwa mekanisme mediasi yang terjadi termasuk dalam kategori *mediasi parsial (partial mediation)*. Dalam konteks ini, *attitude toward using* tidak sepenuhnya menjadi satu-satunya jalur yang menjembatani hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat perilaku, tetapi berfungsi memperkuat hubungan

tersebut. Artinya, meskipun sikap positif menjadi faktor penting yang meningkatkan niat untuk menggunakan zakat digital, kemudahan penggunaan tetap memberikan kontribusi langsung terhadap pembentukan niat perilaku. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengguna menerima teknologi zakat digital bukan hanya karena mereka merasa mudah menggunakannya, tetapi juga karena adanya pengaruh emosional, pengalaman praktis, dan keyakinan spiritual yang mendorong penerimaan teknologi secara lebih utuh. Dengan demikian, mediasi parsial ini menguatkan bahwa baik faktor kognitif (kemudahan) maupun faktor afektif (sikap) memiliki peranan penting dalam proses terbentuknya niat untuk memanfaatkan zakat digital. Hasil ini sesuai dengan temuan pada BAB IV yang menunjukkan bahwa meskipun variabel sikap berperan sebagai mediator, *Perceived Ease of Use* tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Dalam perspektif Islam, kemudahan dalam menjalankan ibadah merupakan bagian dari rahmat dan keringanan yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Allah berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 28:

يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ ۖ وَخُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا

Artinya: “Allah hendak memberikan keringanan kepadamu, karena manusia diciptakan bersifat lemah.”

Sejalan dengan hal tersebut, Al-Qurthubi menegaskan bahwa prinsip penghilangan kesulitan (*raf‘ al-ḥaraj*) merupakan landasan umum dalam pelaksanaan hukum Islam. Dalam konteks zakat digital, pemanfaatan teknologi dapat dipahami sebagai sarana yang mendukung prinsip *takhfif* dalam penunaian zakat, khususnya dalam mengatasi hambatan jarak dan waktu. Dengan adanya sistem zakat digital,

muzaki dapat menunaikan kewajiban zakat secara lebih efisien, transparan, dan tepat sasaran tanpa mengurangi nilai spiritual dan keikhlasan ibadah, sehingga sejalan dengan tujuan syariah dalam mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kesulitan bagi umat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* dalam membayar zakat secara online. Persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem zakat digital terbukti mampu membentuk sikap positif terhadap teknologi, yang kemudian memperkuat niat muzaki untuk terus memanfaatkannya. Agar hubungan ini tetap kuat, lembaga pengelola zakat perlu memastikan sistem digital yang mudah diakses, disertai panduan edukatif dan jaminan keamanan transaksi. Upaya tersebut bukan hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam yang menekankan kemudahan, keringanan, dan kemaslahatan dalam setiap bentuk ibadah.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS dan LAZ perlu terus mengembangkan sistem digital yang user-friendly, mudah diakses, serta didukung dengan panduan edukatif bagi pengguna dari berbagai usia dan latar belakang. Selain itu, pelatihan digital dan sosialisasi di komunitas keagamaan seperti Muslimat NU perlu diperkuat agar semakin banyak masyarakat yang memahami dan merasa nyaman menggunakan layanan zakat digital. Dengan demikian, zakat digital tidak hanya menjadi inovasi teknologi semata, tetapi juga menjadi bentuk implementasi nilai Islam yang menekankan kemudahan, keikhlasan, dan kemaslahatan dalam beribadah.

11. Pengaruh Literasi keuangan terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Literasi Keuangan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use*. Hal ini berarti bahwa tingkat pemahaman keuangan yang baik pada muzaki berperan penting dalam membentuk niat untuk membayar zakat secara digital, yang pada akhirnya mendorong perilaku nyata mereka dalam menggunakan layanan zakat online. Dengan demikian, *Behavioral Intention to Use* terbukti menjadi variabel mediasi yang menjembatani pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan aktual sistem zakat digital. Hasil ini konsisten dengan temuan empiris pada bab IV, yang menunjukkan bahwa variabel *Literasi Keuangan*, *Behavioral Intention to Use*, dan *Actual Use* memiliki hubungan yang signifikan. Temuan tersebut menegaskan bahwa niat perilaku berperan sebagai mekanisme penting yang menjembatani pemahaman keuangan dengan perilaku aktual penggunaan zakat digital.

Dalam konteks masyarakat Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini memperlihatkan bahwa pengetahuan dan kesadaran keuangan yang baik membantu individu lebih percaya diri dan rasional dalam mengelola keuangannya, termasuk dalam menunaikan kewajiban zakat. Banyak anggota Muslimat NU yang memahami konsep dasar keuangan syariah dan mekanisme transaksi digital merasa lebih aman dan yakin ketika menyalurkan zakat melalui platform daring. Pemahaman ini menumbuhkan niat positif untuk menggunakan sistem zakat digital karena mereka menganggap layanan tersebut efisien, transparan, serta sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Setelah niat itu terbentuk, perilaku aktual untuk membayar zakat secara digital pun meningkat dan dilakukan secara berkelanjutan. Kondisi ini juga sejalan dengan

karakteristik responden pada bab IV, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan masyarakat Muslim perkotaan dengan tingkat pendidikan menengah hingga tinggi serta telah terbiasa menggunakan layanan digital sederhana, sehingga literasi keuangan yang dimiliki dapat secara langsung diterjemahkan menjadi niat dan perilaku aktual dalam penggunaan zakat online.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan yang baik mendorong individu untuk lebih bijak dan rasional dalam mengelola keuangannya, termasuk dalam menunaikan kewajiban zakat. Muzaki yang memahami konsep dasar keuangan digital, seperti transaksi elektronik, keamanan pembayaran, dan manajemen dana, akan merasa lebih percaya diri untuk menggunakan layanan zakat berbasis teknologi. Pengetahuan tersebut tidak hanya membentuk persepsi positif terhadap sistem zakat digital, tetapi juga menumbuhkan niat yang kuat untuk menggunakannya. Ketika niat tersebut sudah terbentuk, perilaku aktual dalam menggunakan layanan zakat online pun menjadi lebih konsisten dan berkelanjutan.

Secara konseptual, hasil ini memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan penerimaan teknologi keuangan (*financial technology acceptance*). Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan lebih mudah memahami manfaat dan mekanisme sistem keuangan digital, serta lebih mampu menilai risiko dan keuntungan dari penggunaannya. Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM), literasi keuangan dapat memperkuat pembentukan niat perilaku melalui peningkatan persepsi manfaat dan kemudahan. Dengan demikian, pengetahuan keuangan berperan sebagai landasan rasional yang mendorong sikap positif dan niat yang lebih tinggi untuk memanfaatkan teknologi zakat digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kasri & Sosianti, 2024; Nugraha, 2023). Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap niat dan perilaku aktual dalam menggunakan layanan keuangan digital, termasuk dalam konteks zakat online. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa individu yang memahami konsep keuangan syariah dan teknologi pembayaran modern akan lebih siap untuk beradaptasi dengan sistem zakat digital. Pengetahuan tersebut menumbuhkan rasa aman dan keyakinan bahwa zakat digital merupakan sarana ibadah yang efisien, terpercaya, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan kata lain, literasi keuangan berperan dalam memperkuat hubungan antara niat perilaku dan tindakan nyata dalam berzakat secara digital.

Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh (Waluyo 2022; Ninglasari 2021; Mumtaz & Athoillah 2025) menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap perilaku aktual melalui niat menggunakan. Perbedaan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain tingkat pemahaman yang tidak merata di antara responden, perbedaan usia dan latar belakang pendidikan, serta minimnya sosialisasi dari lembaga pengelola zakat mengenai manfaat dan keamanan sistem digital. Beberapa responden juga masih beranggapan bahwa penguasaan pengetahuan keuangan belum cukup tanpa adanya kepercayaan dan kebiasaan berzakat secara digital. Dengan demikian, literasi keuangan perlu diimbangi dengan aspek emosional dan spiritual agar mampu membentuk niat yang kuat dan menghasilkan perilaku aktual yang nyata.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berpengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku aktual melalui *behavioral*

intention, tetapi juga tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap actual use. Signifikansi kedua jalur ini baik langsung maupun tidak langsung mengindikasikan bahwa mekanisme mediasi yang terjadi bersifat *mediasi parsial (partial mediation)*. Artinya, *behavioral intention to use* bukan satu-satunya jalur yang menjembatani pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan aktual, tetapi berfungsi memperkuat pengaruh tersebut. Dengan kata lain, pemahaman keuangan yang baik tidak hanya membentuk niat pengguna, tetapi juga secara langsung meningkatkan keyakinan dan kemampuan mereka untuk menggunakan zakat digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai fondasi kognitif yang mempengaruhi perilaku secara menyeluruh, baik melalui proses niat maupun melalui tindakan langsung.

Dari perspektif Islam, literasi keuangan memiliki kedudukan penting dalam mendukung pengelolaan harta yang baik dan bertanggung jawab. Islam mendorong umatnya untuk memahami cara mengelola keuangan agar dapat menunaikan kewajiban zakat secara benar dan tepat sasaran. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Dalam ayat tersebut Al-Qurthubi menegaskan bahwa ayat ini mendorong kehati-hatian dan perencanaan yang matang agar setiap perbuatan selaras dengan ketentuan syariah. Dalam konteks zakat, literasi keuangan yang baik membantu

muzaki memahami kewajiban zakatnya, menghitung jumlah yang harus ditunaikan secara tepat, serta memilih saluran pembayaran yang efisien dan terpercaya. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya mencerminkan kecakapan finansial, tetapi juga merupakan wujud ketakwaan dalam mengelola amanah harta agar memberikan manfaat yang optimal bagi mustahik..

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Literasi Keuangan* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online. Pemahaman keuangan yang baik mampu membentuk niat positif untuk menggunakan layanan zakat digital, dan niat tersebut kemudian mendorong perilaku aktual dalam pelaksanaan zakat. Agar hubungan ini semakin kuat, lembaga pengelola zakat perlu meningkatkan edukasi keuangan syariah kepada masyarakat, memperluas sosialisasi terkait keamanan sistem zakat digital, dan menekankan nilai ibadah serta kemaslahatan sosial dalam setiap kegiatan edukatif. Dengan demikian, zakat digital dapat menjadi sarana yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga memperkokoh kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial umat Islam.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS, LAZ, maupun unit zakat berbasis komunitas keagamaan perlu memperkuat program edukasi keuangan syariah kepada masyarakat. Sosialisasi mengenai manfaat, keamanan, serta kemudahan sistem zakat digital perlu digencarkan terutama di kalangan komunitas Muslimat NU dan masyarakat perkotaan yang mulai adaptif terhadap teknologi. Upaya ini tidak hanya meningkatkan literasi keuangan, tetapi juga memperkuat niat dan perilaku berzakat secara digital sebagai wujud nyata dari tanggung jawab sosial dan spiritual umat Islam.

12. Pengaruh *Attitude toward using* terhadap *actual use* melalui *behavioral intention to use* dalam membayar zakat secara online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use*. Artinya, sikap positif muzaki terhadap penggunaan zakat digital mampu meningkatkan niat mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut, yang selanjutnya mendorong munculnya perilaku nyata dalam menunaikan zakat secara online. Dengan demikian, *Behavioral Intention to Use* terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara sikap dan perilaku aktual dalam konteks pembayaran zakat digital. Hasil ini selaras dengan temuan empiris pada bab IV, yang menunjukkan bahwa variabel *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention to Use*, dan *Actual Use* memiliki hubungan yang signifikan. Temuan tersebut menegaskan bahwa sikap positif terhadap penggunaan zakat digital berperan penting dalam membentuk niat perilaku, yang selanjutnya direalisasikan dalam perilaku aktual penggunaan zakat online.

Temuan ini memperlihatkan bahwa sikap positif menjadi salah satu faktor kunci yang mampu menjembatani pandangan seseorang terhadap teknologi dengan perilaku aktual penggunaannya. Dalam konteks komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini menunjukkan bahwa ketika para muzaki memiliki pandangan yang baik terhadap manfaat, kemudahan, dan keandalan sistem zakat digital, maka sikap positif terhadap penggunaannya akan terbentuk secara alami. Sikap tersebut kemudian mendorong lahirnya niat yang kuat untuk menggunakan platform digital dalam berzakat, yang pada akhirnya menghasilkan tindakan nyata berupa pembayaran zakat secara daring. Dengan kata lain, semakin positif sikap pengguna terhadap sistem zakat digital, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakannya secara

berulang dan konsisten. Kondisi ini juga diperkuat oleh karakteristik responden pada bab IV, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan masyarakat Muslim perkotaan yang aktif dalam kegiatan keagamaan, memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi, serta cukup terbiasa menggunakan teknologi digital sederhana. Karakteristik tersebut mendukung terbentuknya sikap positif terhadap zakat digital yang kemudian diterjemahkan menjadi niat dan perilaku aktual penggunaan.

Temuan ini menggambarkan bahwa sikap positif merupakan salah satu faktor kunci yang mampu menjembatani hubungan antara pandangan seseorang terhadap teknologi dan perilaku penggunaannya. Dalam konteks zakat digital, ketika seseorang memiliki pandangan yang baik terhadap manfaat, kemudahan, serta keandalan sistem, maka sikap positif terhadap penggunaannya akan terbentuk secara alami. Sikap positif tersebut kemudian berkembang menjadi niat yang kuat untuk menggunakan layanan zakat digital, dan pada akhirnya mendorong individu untuk benar-benar berzakat secara daring. Dengan kata lain, semakin baik sikap pengguna terhadap sistem zakat digital, semakin tinggi pula niat dan konsistensi mereka dalam menggunakannya.

Secara teoretis, hasil ini mendukung model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana *Attitude Toward Using* berperan sebagai variabel perantara antara persepsi terhadap teknologi dengan niat dan perilaku aktual pengguna. Dalam model ini, sikap terhadap penggunaan menjadi indikator penting yang memengaruhi sejauh mana niat seseorang bertransformasi menjadi tindakan nyata. Ketika pengguna memiliki sikap positif terhadap sistem zakat digital misalnya karena merasa puas, percaya, dan terbantu maka niat untuk terus menggunakan sistem tersebut akan semakin kuat, dan niat yang kuat inilah yang

menjadi dorongan utama terbentuknya perilaku aktual dalam membayar zakat secara online.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Hainurrahma 2024; Rani 2025). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi keuangan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku aktual pengguna. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa ketika seseorang merasa nyaman dan percaya terhadap sistem zakat digital, mereka tidak hanya berniat untuk menggunakannya, tetapi juga benar-benar melaksanakannya secara rutin. Dalam konteks penelitian ini, masyarakat Kota Malang menunjukkan kecenderungan serupa, di mana sikap positif terhadap kemudahan, transparansi, dan kecepatan layanan zakat digital telah mendorong peningkatan niat sekaligus penggunaan aktual secara berkelanjutan.

Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh (Waluyo 2022; Ninglasari 2021; Rahman 2023) menemukan bahwa sikap positif terhadap penggunaan teknologi belum tentu menghasilkan perilaku aktual apabila tidak disertai dengan niat perilaku yang kuat. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor eksternal seperti kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, kebiasaan berzakat secara konvensional, dan persepsi risiko dalam penggunaan layanan digital. Beberapa responden juga menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki pandangan positif terhadap zakat digital, mereka belum terdorong untuk menggunakannya karena kurangnya edukasi, keterbatasan akses teknologi, atau kekhawatiran terhadap keamanan data dan transparansi dana. Dengan demikian, meskipun sikap berperan penting dalam membentuk niat dan perilaku, pengaruhnya sangat bergantung pada faktor pendukung eksternal dan tingkat kepercayaan terhadap sistem yang digunakan.

Selain itu, hasil uji penelitian ini memperlihatkan bahwa pengaruh *attitude toward using* terhadap *actual use* tidak hanya terjadi melalui jalur tidak langsung melalui *behavioral intention to use*, tetapi juga tetap menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Signifikansi kedua jalur ini baik langsung maupun tidak langsung menunjukkan bahwa mekanisme mediasi yang terjadi merupakan *mediasi parsial (partial mediation)*. Dalam konteks ini, *behavioral intention* tidak sepenuhnya menjadi satu-satunya perantara antara sikap dan perilaku aktual, melainkan berfungsi memperkuat hubungan yang sudah ada. Artinya, sikap positif muzaki terhadap zakat digital tidak hanya meningkatkan niat mereka, tetapi juga langsung mendorong tindakan nyata untuk melakukan pembayaran zakat secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh psikologis yang kuat dan dapat membentuk perilaku baik melalui proses niat maupun melalui dorongan langsung.

Dari perspektif Islam, hubungan antara sikap, niat, dan tindakan nyata dalam berzakat merupakan cerminan dari integrasi antara aspek batiniah dan lahiriah dalam beribadah. Sikap positif terhadap penggunaan zakat digital mencerminkan niat baik dan kesadaran spiritual untuk menunaikan kewajiban dengan cara yang efektif dan bermanfaat. Rasulullah SAW bersabda:

“Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan apa yang diniatkannya.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Imam al-Nawawi dalam *Syarh Şahîh Muslim* menjelaskan bahwa niat merupakan fondasi utama yang menentukan nilai ibadah dari suatu perbuatan, terlepas dari sarana yang digunakan. Sejalan dengan hal tersebut, sikap positif (*attitude toward using*) terhadap penggunaan zakat digital dapat dipahami sebagai refleksi kesadaran spiritual dalam menerima teknologi sebagai sarana pendukung ibadah. Ketika muzaki

memiliki sikap positif terhadap inovasi digital yang sesuai dengan prinsip syariah, sikap tersebut akan membentuk niat tulus yang mendorongnya untuk benar-benar menunaikan kewajiban zakat melalui sistem daring. Dengan demikian, sikap dan niat menjadi landasan terbentuknya perilaku aktual (*actual use*) yang berorientasi pada efisiensi, keikhlasan, dan kemaslahatan umat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use* dalam membayar zakat secara online. Sikap positif yang terbentuk dari persepsi manfaat, kemudahan, dan keyakinan terhadap sistem zakat digital mampu memperkuat niat muzaki untuk terus menggunakannya, dan niat tersebut pada akhirnya mendorong perilaku aktual dalam membayar zakat secara digital. Agar hubungan ini tetap kuat, lembaga pengelola zakat perlu memperkuat faktor-faktor pembentuk sikap positif, seperti kejelasan informasi, transparansi, serta penyampaian nilai-nilai spiritual dalam setiap layanan digital yang disediakan. Dengan demikian, zakat digital dapat menjadi sarana ibadah modern yang tidak hanya praktis secara teknologi, tetapi juga bermakna secara spiritual dan sosial bagi umat Islam.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga pengelola zakat perlu memperkuat faktor-faktor pembentuk sikap positif terhadap zakat digital, seperti peningkatan kualitas layanan, transparansi informasi, serta jaminan keamanan data dan dana muzaki. Selain itu, edukasi publik juga perlu diarahkan pada pemahaman bahwa penggunaan teknologi dalam ibadah tidak mengurangi nilai spiritual, melainkan justru dapat memperluas kemaslahatan umat. Bagi komunitas Muslimat NU di Kota Malang, hasil ini dapat menjadi dasar untuk memperkuat literasi digital keagamaan dan

menumbuhkan kepercayaan kolektif terhadap sistem zakat daring sebagai bentuk ibadah yang efisien, modern, dan sesuai dengan prinsip syariah.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai “*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Literasi Keuangan terhadap Actual Use dalam Membayar Zakat Online Dimediasi oleh Attitude Toward Using dan Behavioral Intention to Use (Studi pada Masyarakat Kota Malang)*”, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* dalam membayar zakat online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat terhadap sistem zakat digital baik dari sisi efisiensi, kecepatan, maupun transparansi semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk benar-benar menggunakan platform tersebut dalam menunaikan kewajiban zakatnya.
2. *Perceived Ease of Use* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi zakat digital, seperti kemudahan navigasi, prosedur transaksi yang sederhana, serta tampilan antarmuka yang ramah pengguna, mampu mendorong masyarakat untuk beralih dari metode konvensional menuju pembayaran zakat secara digital.
3. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap *Actual Use* dalam membayar zakat secara online. Artinya, semakin baik tingkat pengetahuan dan pemahaman finansial seseorang, semakin tinggi pula kepercayaan dan kemampuannya dalam mengelola transaksi zakat digital dengan bijak dan sesuai syariah.
4. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*, yang berarti bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan sistem zakat online

mampu membentuk sikap positif masyarakat terhadap penggunaan layanan tersebut. Ketika muzaki menyadari bahwa zakat digital memberikan kemudahan dan nilai tambah dalam beribadah, mereka cenderung memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap teknologi tersebut.

5. *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu platform zakat digunakan, semakin besar pula rasa nyaman dan penerimaan masyarakat terhadap sistem tersebut. Dengan demikian, kemudahan menjadi aspek penting yang dapat menumbuhkan sikap positif dalam menggunakan zakat digital.

6. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Hasil ini menegaskan bahwa masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih memahami manfaat serta mekanisme zakat digital, sehingga menumbuhkan niat yang kuat untuk berzakat melalui platform online yang aman dan terpercaya.

7. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*,

menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan zakat digital mampu meningkatkan niat masyarakat untuk menggunakannya. Dengan demikian, pembentukan persepsi positif menjadi faktor penting dalam mendorong niat berperilaku untuk berzakat secara digital.

8. *Behavioral Intention to Use* berpengaruh positif terhadap *Actual Use* dalam

membayar zakat online. Semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan layanan zakat digital, semakin besar pula kemungkinan terjadinya perilaku aktual dalam pembayaran zakat secara online. Temuan ini mengonfirmasi bahwa niat merupakan prediktor penting bagi tindakan nyata muzaki.

9. *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Hal ini berarti bahwa manfaat yang dirasakan tidak secara langsung meningkatkan niat berzakat digital, namun terlebih dahulu membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat tersebut. Dengan kata lain, sikap menjadi jembatan psikologis antara persepsi manfaat dan niat perilaku.
10. *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. Artinya, kemudahan dalam menggunakan sistem zakat digital akan memperkuat niat muzaki untuk berzakat online apabila disertai dengan sikap yang positif terhadap teknologi tersebut.
11. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use*. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman finansial yang baik mampu meningkatkan niat muzaki untuk berzakat secara digital, yang pada akhirnya mengarah pada tindakan aktual dalam penggunaan platform zakat online.
12. *Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention to Use*, yang berarti bahwa sikap positif terhadap penggunaan zakat digital akan meningkatkan niat perilaku, dan pada akhirnya mendorong muzaki untuk benar-benar menggunakan layanan zakat digital dalam praktiknya.
13. Dengan demikian terjadi mediasi parsial karena pengaruh variabel independen pada variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung adalah signifikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan teknologi zakat digital di Kota Malang dipengaruhi oleh kombinasi faktor manfaat, kemudahan, literasi keuangan, serta sikap dan niat pengguna. Peningkatan sikap positif

dan niat perilaku muzaki dapat memperkuat penggunaan aktual sistem zakat online secara berkelanjutan.

6.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Kota Malang sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh wilayah Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan, akses digital, serta karakteristik sosial ekonomi yang berbeda. Kedua, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring (*online questionnaire*), yang memungkinkan adanya bias persepsi atau perbedaan interpretasi antarresponden terhadap pernyataan yang diberikan. Ketiga, penelitian ini hanya berfokus pada variabel yang terdapat dalam model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dimodifikasi dengan literasi keuangan, sehingga belum memasukkan faktor eksternal lain seperti religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga zakat, maupun persepsi keamanan transaksi digital yang juga berpotensi memengaruhi perilaku muzaki dalam menggunakan zakat online.

6.3 Saran

Berdasarkan temuan, pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa rekomendasi atau saran dari peneliti yang sejatinya memberikan keuntungan dan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Sarannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Pengelola Zakat (BAZNAS, LAZ, dan lainnya):

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, literasi keuangan, serta sikap dan niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual zakat digital. Oleh karena itu, lembaga pengelola zakat

disarankan untuk terus meningkatkan manfaat nyata yang dirasakan muzaki, seperti efisiensi waktu, kemudahan proses pembayaran, dan transparansi laporan penyaluran zakat. Selain itu, penyederhanaan antarmuka aplikasi dan peningkatan *user experience* perlu menjadi perhatian utama agar kemudahan penggunaan semakin dirasakan. Upaya ini penting untuk membentuk sikap positif, memperkuat niat perilaku, dan mendorong penggunaan zakat digital secara berkelanjutan.

2. Bagi Pemerintah dan OJK:

Mengingat literasi keuangan terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat dan penggunaan aktual zakat digital, pemerintah dan OJK disarankan untuk memperkuat program literasi keuangan digital berbasis syariah, khususnya yang terintegrasi dengan ekosistem zakat nasional. Kolaborasi antara OJK, Kementerian Agama, dan lembaga pengelola zakat perlu diperluas melalui regulasi, pengawasan, dan edukasi publik agar masyarakat memiliki pemahaman yang memadai mengenai keamanan, manfaat, dan keabsahan zakat digital. Langkah ini penting untuk meningkatkan kepercayaan publik serta mendukung keberlanjutan transformasi digital dalam pengelolaan zakat.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini membuktikan bahwa sikap dan niat perilaku berperan sebagai variabel mediasi dalam model penerimaan zakat digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga zakat, persepsi risiko, atau persepsi keamanan sistem, agar pemahaman terhadap perilaku penggunaan zakat digital menjadi lebih komprehensif. Selain itu,

perluasan objek penelitian ke wilayah lain atau kelompok masyarakat yang berbeda dapat dilakukan untuk meningkatkan generalisasi dan memperkaya kajian empiris dalam bidang zakat digital dan teknologi keuangan syariah.

4. Bagi Masyarakat (Muzaki):

Meningkat literasi keuangan dan sikap positif terbukti berpengaruh terhadap niat dan perilaku aktual penggunaan zakat digital, masyarakat diharapkan lebih aktif dalam meningkatkan pemahaman keuangan syariah dan literasi digital. Dengan pemahaman yang baik mengenai manfaat, kemudahan, dan mekanisme zakat digital, muzaki akan lebih percaya diri dan konsisten dalam menunaikan zakat secara online. Dengan demikian, zakat digital dapat menjadi sarana ibadah yang tidak hanya praktis dan efisien, tetapi juga aman, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), O. J. K. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi.
- Abdul Rahman, R., Mohd Radzi, SH, Mutia, E., Evayani, E., & Zakaria, N. (2025). *Determinants of e-zakat payment adoption intention: Evidence from Muslim entrepreneurs owners in Malaysia*. <https://malque.pub/ojs/index.php/mr/article/view/10625>.
- Antaranews. (2024). *Kemenag: Potensi zakat di Jatim capai Rp36 triliun*. Diakses Dari: <https://www.antaranews.com>.
- Arikunto, S. (2013a). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
- Arikunto, S. (2013b). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asari. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*. Malang: UB Press.
- Azzahra, D. A. (2024). *Pengaruh Financial Literacy dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (Studi di Masjid Raya Rahmatan Lil'alamina Kota Tangerang)*.
- Baron & Kenny. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations,. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173–1182.
- Baznas. (2023). *Laporan Kinerja Pengelolaan Zakat Nasional 2023*.
- Chaula & Joshi. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, Vol 37 (7), 1590–1618.
- Chen & Volpe. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*.
- Choirul Anam. (2025). *OJK Malang Terus Dorong Peningkatan Angka Literasi Keuangan*. <https://surabaya.bisnis.com/read/20250522/532/1879114/Ojk-Malang-Terus-Dorong-Peningkatan-Angka-Literasi-Kuangan>.
- Chowdhury, M. C. M. S. & M. A. M. (2020). Technological Transformation in Malaysian Zakat Institutions: A Qualitative Analysis. *International Journal of Zakat*, 5(3), 44 – 56.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>

- Efeendy. (2017). *Islam dan Politik Kultural*. Jakarta: LP3ES.
- Elisa. (2024). Kota Malang Raih Indeks Masyarakat Digital Terbaik 2024, Ungguli Rata-rata Nasional. <https://www.wartajatim.co.id/malang/193979133/Kota-Malang-Raih-Indeks-Masyarakat-Digital-Terbaik-2024-Ungguli-Ratarata-Nasional>.
- Febriyanti et al. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital. *Jurnal ECONOMINA*.
- Ferry Saputra. (2025). Hasil SNLIK 2025: Indeks Literasi Keuangan 66,46% dan Inklusi Keuangan 80,51%. <https://keuangan.kontan.co.id/news/Hasil-Snlik-2025-Indeks-Literasi-Kuangan-6646-Dan-Inklusi-Kuangan-8051>.
- Fitriani & Khoiriyah. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Membayar Zakat Melalui E-Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Furinto, A., Tamara, D., & Rahman, A. (2024). Financial and Digital Literacy Effects on Digital Investment Decision Mediated by Perceived Socio-economic Status. *Journal of Business Studies and Management Review*, 6 (2), 157–168.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS)*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hainnuraqma & Rahman. (2024). Perceived Usefulness dan Niat Menggunakan Zakat Digital: Studi Empiris pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 16 (1), 55–67.
- Hainurrahma, et al. (2024). Perceived Usefulness And Attitude Toward Intention And Acceptance Of E-Payment Zakat. *Journal of Nusantara Studies*, Vol 9 (1), 320–344.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*.
- Hassan, M., Aziz, L. A.-R., & Andriansyah, Y. (2023). The Role Artificial Intelligence in Modern Banking: An Exploration of AI-Driven Approaches for Enhanced Fraud Prevention, Risk Management, and Regulatory Compliance. In *Reviews of Contemporary Business Analytics* (Vol. 6, Issue 1, pp. 110–132). core.ac.uk. <https://researchberg.com/index.php/rcba/article/view/153>
- Hilmatul Fuadiyah. (2024). Pengaruh TAM & TPB terhadap Minat e-Zakat di Kota Tarakan. *FEB UIN Jakarta*.
- Ichwan & Ghofur. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 6 (02), 129–235.
- Indarsin & Ali. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived

- Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Iken's Wholesale Trade., *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 995–1007.
- Indra Kurniawan, D. (2023). Niat Perilaku Generasi Z untuk Membayar Zakat: Dampak Kemudahan Literasi Pembayaran Digital Zakat dan Religiusita. *Journal of Islamic Economic*, Vol. 5, No, 27–38.
- Ishaq, H., Dincer, I., & Crawford, C. (2022). A review on hydrogen production and utilization: Challenges and opportunities. *International Journal of Hydrogen Energy*, 47(62), 26238–26264. <https://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2021.11.149>
- Izzuddin & Rohman. (2022). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol 5 No 2.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.
- Kasri & Sosianti. (2024). Digital zakat platforms and Muslim behavioral intentions: The role of religiosity and trust. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol 17 (1), 1–21.
- Kasri & Yuniar. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol 12 (3), 362–379.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). *Financial Literacy and Investment Decisions*.
- Lusardi & Mitchell. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy. *Journal of Economic Literature*.
- Marpaung, I. P., Fauzi, A., & Nurjanah, N. (2022). Pengaruh pengetahuan zakat dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan petani membayar zakat. *Urnal Riset Ekonomi Syariah (JUREKSI)*, Vol 6 (3), 1741–1748.
- Mayla Subekti & Ach. Bakhrul Muchtasib. (2024). Pengaruh Literasi, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Membayar Zakat melalui Platform Digital pada Generasi Milenial. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Danmanajemen*.
- Munir, M., & Mais, R. G. (2023). Determinan keputusan pembayaran zakat muzakki milenial berbasis fintech. *Eligible: Journal of Social Sciences*, 2(2), 287–296.
- Nahdlatul Ulama. (2018). *Pedoman Dasar Organisasi Muslimat NU*. Jakarta: PB Muslimat NU.
- Naufaldi & Tjokrosaputro. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol 2 No 3, 715–722.
- Ninglasari. (2021). Determinants of Online Zakat Intention amongst Muslim Millennials: An Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Journal of Economic and Business*.
- Nugraha. (2023). Pengaruh Digital Literacy dan Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Donatur Membayar Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Melalui

- Aplikasi Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol 2 No 1.
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Nuryahya, Wahri, Nurasyiah, A. (2021). Technology acceptance of zakat payment platform: An analysis of modified of unified theory of acceptance and use of technology. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, Vol 6 (01), 142–159.
- Pramono & Hidayat. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Literasi Digital terhadap Minat dan Keputusan Penggunaan Layanan Zakat Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 6 (2), 105–117.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Pratama. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Teknologi, dan Keamanan Transaksi terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Digital Platform. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2), 101–113.
- Purwanto, et al. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol 8 (1).
- Putri, D. A., & Zainuddin, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Islam Dan Bisnis*, 9(1), 57–69.
- Rahmantina & Sosianti. (2023). Determinants Of The Intention To Pay Zakat Online: The Case Of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294.
- Rahmayanti & Pratiwi. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki dalam menggunakan aplikasi zakat digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, Vol 10 (2), 135–147.
- Ramadhani et al. (2020). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap attitude serta behavioral intention dalam penggunaan aplikasi pembayaran zakat online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 23 (1), 14–24.
- Rasool. (2023). Acceptance of zakat e-payment system: A perception of undergraduates. *Asian Social Science*, 19(2), 77–88.
- Sabna Rifqita Rani. (2025). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Actual Use melalui Behavioral Intention sebagai Pemediasi (Studi pada Generasi Z Pengguna QRIS di Kebumen)*.
- Salma Ainayya Mumtaz & Moh. Athoillah. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Islam dan TAM terhadap Niat Mahasiswa FEB UB Membayar Zakat Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Dalam Fokus*, 4(1).
- Setyawati. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol 3 No 1.

- Shinta Shafa Arwidia. (2022). *Analisis Peran Literasi Keuangan Syariah Dan Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat (Studi Empiris Pada Muzaki Kitabisa.Com)*.
- Siahaan & Prihandoko. (2019). Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Kalangan Masyarakat Kampus. *Jurnal Teknik Dan Informatika*, Vol 6.
- Siti Hirdayu Mohd Radzi, Nisrin Alyani Ishak, Ana Salwa Md Zin, Syafiq Dhamiri Ayop, R. A. R. (2024). The Role of Technology Acceptance Model on Intentions of Zakat Payers in Using Online Zakat Payment Services. *Nternational Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 8(11), 1089–1096.
- Subekti, A., & Muchtasib, B. A. (2025). Pengaruh literasi zakat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan membayar zakat melalui platform digital pada generasi milenial di Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen (SNAM)*, 387–398.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Timesprayer. (2025). Indonesia Negara dengan Umat Muslim Terbanyak. *Goodstats.Id*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model. *Management Science Febru, May 2014*, 186–204.
- Wahyudi & Arman. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Literasi Keuangan Syariah Gen Z Terhadap Minat Menggunakan Digital Payment Untuk ZISWAF. *Prosiding SNAM-PNJ*.
- Waluyo. (2022). What Drives People to Pay Zakat Using Islamic Mobile Banking? *Journal of Financeand Islamic Banking*, Vol. 5 No.
- Wardani & Puspaningtyas. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Membayar Zakat melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 7 No 2, 123–132.
- Yulistiyani. (2024). *Determinanan Penggunaan Pembayaran Digital ZIS: Pendekatan TAM (Priangan Timur)*.

LAMPIRAN

Lampiran Kuisioner Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Salam sejahtera bagi Bapak/Ibu/Saudara/i yang berkenan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Saya, **Irohdathul Novianti**, mahasiswa **Program Magister Ekonomi Syariah - Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**, saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyusun tesis dengan judul seperti tertera di atas. Seluruh jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya, hanya digunakan untuk kepentingan akademik, dan tidak akan dipublikasikan secara individu.

Pengisian kuesioner ini diperkirakan memerlukan waktu 5–10 menit.

Mohon untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan sesuai pengalaman pribadi.

Dengan mengisi kuesioner ini, Bapak/Ibu/Saudara/i telah memberikan persetujuan (*informed consent*) untuk berpartisipasi secara sukarela dalam penelitian ini.

Atas waktu dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hormat saya,
(**Irohdathul Novianti**)

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda check list (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

A. Petunjuk Pengisian

Isi biodata dan pilihan jawaban berikut sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan cara memberikan tanda pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Keterangan jawaban sebagai berikut:

1. STS (Sangat Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)
3. N (Netral)
4. S (Setuju)
5. SS (Sangat Setuju)

B. Identitas Responden

- [illegible]

C. Instrumen Penelitian

Perceived Usefulness (X1)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan aplikasi zakat online membuat proses pembayaran zakat menjadi lebih efektif.					
2.	Teknologi zakat digital membantu Bapak/Ibu/Saudara/i mencapai tujuan pembayaran zakat dengan lebih efisien.					
3.	Aplikasi zakat online mempercepat proses transaksi zakat.					
4.	Sistem zakat digital memungkinkan Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan pembayaran zakat dalam waktu yang lebih singkat					
5.	Penggunaan zakat online lebih hemat waktu dibandingkan metode pembayaran zakat secara konvensional.					
6.	Layanan zakat digital membantu Bapak/Ibu/Saudara/i mengurangi tenaga yang dibutuhkan dalam proses pembayaran zakat.					
7.	Sistem zakat online mendukung transparansi serta akuntabilitas dalam pengelolaan zakat.					
8.	Penggunaan teknologi zakat digital meningkatkan kualitas layanan lembaga zakat.					

Perceived Ease of Use (X2)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa menu pada aplikasi zakat online mudah ditemukan tanpa menimbulkan kebingungan.					
2.	Navigasi antar fitur dalam aplikasi zakat online terasa lancar bagi Bapak/Ibu/Saudara/i.					
3.	Proses pembayaran zakat melalui aplikasi dapat dilakukan dengan langkah yang sederhana.					
4.	Proses pembayaran zakat digital terasa efisien karena tidak memerlukan tahapan yang panjang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i.					
5.	Informasi yang disajikan dalam aplikasi zakat online mudah dipahami oleh Bapak/Ibu/Saudara/i.					
6.	Petunjuk yang terdapat dalam aplikasi zakat disajikan dengan jelas bagi Bapak/Ibu/Saudara/i.					
7.	Setiap fitur dalam aplikasi zakat digital dapat digunakan tanpa mengalami kesulitan teknis.					
8.	Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memahami fungsi setiap fitur yang tersedia dalam aplikasi zakat dengan cepat.					

Literasi Keuangan (X3)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i memahami perbedaan antara kebutuhan dengan keinginan dalam mengelola keuangan pribadi.					
2.	Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui manfaat menabung untuk perencanaan keuangan masa depan.					
3.	Bapak/Ibu/Saudara/i mampu membuat anggaran keuangan pribadi setiap bulan.					
4.	Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memperkirakan jumlah pengeluaran bulanan dengan tepat.					
5.	Bapak/Ibu/Saudara/i berhati-hati dalam mengambil keputusan penggunaan uang.					
6.	Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap penting memiliki dana darurat dalam keuangan pribadi.					

Attitude Toward Using (M1)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa antusias saat melakukan pembayaran zakat melalui aplikasi digital.					
2.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa pengalaman menggunakan layanan zakat online menyenangkan.					
3.	Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap layanan zakat online sebagai solusi yang berguna dalam menunaikan kewajiban zakat.					
4.	Bapak/Ibu/Saudara/i percaya bahwa penggunaan aplikasi zakat digital memberikan manfaat yang nyata.					
5.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa nyaman saat melakukan transaksi zakat melalui sistem digital.					
6.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan layanan zakat online tidak menimbulkan tekanan atau ketidaknyamanan.					

Behavioral Intention Use (M2)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i ingin menggunakan layanan zakat online.					
2.	Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki niat untuk menggunakan zakat online.					
3.	Bapak/Ibu/Saudara/i berencana menggunakan aplikasi zakat online dalam waktu dekat untuk melakukan pembayaran zakat.					

4.	Bapak/Ibu/Saudara/i memasukkan penggunaan zakat digital dalam rencana pembayaran zakat.					
5.	Bapak/Ibu/Saudara/i tertarik untuk terus menggunakan sistem zakat online ke depannya.					
6.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa penggunaan zakat online menarik untuk digunakan secara berulang.					

Actual Use (Y)

No	Pertanyaan	Skala Indikator				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bapak/Ibu/Saudara/i senantiasa menggunakan aplikasi zakat online secara rutin setiap kali menunaikan kewajiban zakat.					
2.	Bapak/Ibu/Saudara/i berupaya tetap menggunakan aplikasi zakat online secara berkelanjutan.					
3.	Bapak/Ibu/Saudara/i secara konsisten menggunakan sistem zakat digital pada setiap periode pembayaran zakat.					
4.	Bapak/Ibu/Saudara/i lebih menyukai layanan zakat digital dibandingkan pembayaran zakat secara langsung.					
5.	Bapak/Ibu/Saudara/i menganggap penggunaan aplikasi zakat online sebagai pilihan utama dalam menunaikan zakat.					
6.	Bapak/Ibu/Saudara/i merasa pembayaran zakat sulit dilakukan tanpa bantuan aplikasi zakat digital.					
7.	Bapak/Ibu/Saudara/i telah terbiasa melakukan pembayaran zakat melalui sistem digital.					

Lampiran Tabulasi Data

Perceived Usefulness (X1)								Perceived Ease of Use (X2)								Literasi Keuangan (X3)						Attitude Toward Using (M1)						Behavioral Intention to Use (M2)						Actual Use (Y)						
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7
4	1	4	4	5	5	5	4	2	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	5	5	1	4	2	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	4	5	4	2	1	2	1	2	1	1	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	2	4	2	2	4	4	3	4	3	4	2	5	3	3	5	3	3	3
2	2	3	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	2	1	1	1	1	2	2	4	3	3	3	4	1	1	3	3	1	2	1	3
5	2	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	3	4	2	5	3	1	2	3	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2
2	1	3	3	2	2	2	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	3	2	1	3	2	1	2	2	1	3	2	3	2	4	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1
4	4	2	5	5	2	2	2	2	3	3	1	2	3	1	2	3	2	3	3	3	1	3	4	4	2	4	4	3	4	5	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2
5	2	2	3	4	2	4	2	1	4	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	5	1	2	3	5	2	2	4	4	3	4	3	1	2	3	1	3	2	2
3	2	3	2	4	4	4	3	2	2	1	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	3	3	5	3	3	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	3	1
3	3	4	5	2	5	4	4	3	3	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	2	2	3	5	4	3	4	3	4	4	4	2	5	4	3	3	3	3	3	5	3
5	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	2	4	2	4	3	2	1	2	3	3	3	3	5	5	3
3	2	1	1	4	2	2	1	3	4	5	3	5	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	2	3	4	3	1	1	2	3	2	5	2	1	1	2	2	1	1
4	4	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	4	3	2	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	4	4	2	4	2	4	3	3	2	3	5	3	3
1	2	1	3	4	4	2	1	3	3	2	2	2	4	2	5	2	3	2	2	3	2	4	1	3	2	4	2	2	2	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	2
3	3	4	4	2	2	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	2	1	1	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	5	1	1	1	2
2	1	2	2	4	4	1	2	4	2	3	2	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1
3	4	4	4	5	4	4	4	1	1	1	3	2	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	5	3	3	3	3	5
2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	3	3	3	5	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	3	5	5	4	3	5	2	2	4	4	4	2	4	5	3	5	3	3	5	5	4	2	3	4	5	4	4	3	5	2	5	3	2	2	3	1	2	2
4	4	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	2	1	2	2	5	5	4	4	4	4	4	1	1	2	3	4	5	3	3	5	3	5	3
4	5	5	4	3	2	2	5	4	5	5	2	4	4	4	4	3	1	1	3	2	2	5	4	2	4	3	5	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
1	2	1	1	1	1	2	1	4	4	3	1	3	4	2	2	3	3	3	3	5	3	2	2	4	3	3	2	3	4	5	5	4	5	2	5	2	2	3	3	5

1	1	3	1	1	1	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1			
3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	4	5	3	5	3	5	3	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	3	3	2	3	3	3
5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4	4	2	5	4	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	2	1	1	2	1	2	1	
4	4	2	2	2	1	2	2	3	1	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	4	3	1	2	1	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	
3	2	2	1	4	3	2	2	5	2	4	4	3	4	5	3	2	3	3	5	2	3	3	2	3	4	4	4	2	1	1	1	2	1	3	3	2	3	3	2	3	
2	4	4	4	5	4	4	4	1	3	2	2	2	2	1	2	5	3	3	3	3	3	2	1	2	5	2	2	2	4	4	3	5	2	3	3	5	2	3	2	3	5
2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	5	3	3	3	5	5	2	2	3	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4	3	2	5	3	2	3	2
4	5	4	3	1	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	3	
3	3	2	3	2	4	3	2	4	2	5	4	1	4	2	1	2	3	1	3	2	1	1	5	3	2	2	5	2	1	2	3	1	2	5	4	5	5	5	4	4	
2	2	2	4	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	2	4	2	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	4	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	3	4	
5	4	2	2	5	5	5	2	3	5	1	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	3	3	5	1	5	4	2	5	4	2	2	1	1	3	2	3	3	1	3	2	
4	4	4	1	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	5	5
5	4	2	3	3	4	5	2	5	4	4	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	5	2	4	5	5	4	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	1	3	
3	2	1	4	2	4	5	1	5	4	4	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3
3	1	2	3	2	4	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3	2	5	3	3	5	2	2	2	2	3	2	5	4	4	2	4	4	3	5	3	3	3	3	5	
5	4	4	5	4	5	4	4	2	2	4	3	5	3	4	5	1	2	2	1	2	1	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	2	5	5	3	3	3	3	5	3	
1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	5	4	4	4	4	3	2	3	3	5	3	2	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	3	2
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	2	1	1	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	1	3	5	5	5	5	2	3	5	
3	3	3	1	2	4	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	5	3	3	2	3	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	
5	5	4	4	1	4	5	4	4	4	2	2	5	3	2	5	5	3	5	5	3	3	4	1	4	4	2	4	2	5	2	4	3	4	1	3	1	2	3	2	3	
3	2	4	1	2	1	3	4	4	4	3	5	4	3	5	4	1	1	1	2	2	2	5	4	2	5	3	2	2	4	1	2	2	5	2	2	1	3	3	2	2	
2	2	3	1	2	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	4	2	3	4	2	5	3	1	1	1	3	3	1	
4	1	2	1	2	2	3	2	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	5	2	3	2	5	4	5	4	3	4	5	2	4	3	2	1	1	1	2	2	
2	1	2	2	1	2	4	2	5	5	5	5	5	1	5	5	1	3	3	3	3	5	2	2	4	1	4	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	3	1	1	
1	3	4	4	3	2	1	4	3	3	2	3	4	4	5	4	3	5	3	2	3	5	4	2	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	2	5	3	3	3	3	5	

1	2	1	4	3	2	4	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	1	1	3	2	1	2	4	1	3	3	5	3	1	3	3	
4	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	2	1	1	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	2	3	3		
2	5	5	3	3	2	2	5	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	3	1	3	3	3	4	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2	5	5	5	3	3	5	5	
5	4	2	2	4	2	4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	1	2	3	4	3	5	2	4	4	4	4	4	2	4	5	2	3	5	2	1	2	
1	2	2	1	1	1	1	2	2	4	5	5	2	4	4	2	5	3	2	2	3	3	4	4	3	2	4	2	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	1	3	3	
5	3	5	5	2	3	3	5	4	2	3	3	3	2	1	3	5	3	5	3	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	2	5	3	3	
3	3	3	2	4	4	2	3	4	2	2	3	4	5	3	4	2	2	2	3	3	3	1	3	4	5	5	5	2	3	2	3	2	2	3	1	1	2	3	3	2	
2	2	2	2	2	4	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4	1	3	1	1	4	4	3	5	2	5	1	1	1	1	1	1	1	
4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	1	4	4	1	4	3	3	4	5	3	3	4	2	3	3	3	5	5	5	3	
5	5	4	3	5	4	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	3	5	3	3	3	
4	2	3	5	3	2	2	3	5	3	3	2	4	3	1	4	5	3	5	3	3	5	4	2	2	2	3	4	3	1	1	4	1	4	3	2	3	3	1	5	3	
3	4	5	5	4	2	2	5	2	4	2	2	1	2	4	1	3	2	2	1	2	3	2	2	4	1	2	1	4	5	4	3	3	5	2	3	3	2	3	3	3	
5	4	2	4	3	4	4	2	2	4	3	5	4	4	2	4	2	1	2	1	1	1	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	2	2	2	3	3	2	1	
3	4	2	3	4	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	5	3	3	2	2	3	2	1	2	1	2	
4	5	3	5	5	5	5	3	1	1	1	2	1	4	4	1	5	3	1	5	5	5	2	3	5	3	4	2	5	5	5	5	3	4	3	5	3	5	3	3	5	
2	4	3	3	3	2	4	3	4	3	1	2	3	1	3	3	2	2	3	3	3	3	2	5	2	1	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	
2	4	2	4	3	4	2	3	4	3	2	2	3	2	1	3	2	3	2	1	1	3	3	4	4	4	2	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	5	3	3	
1	2	2	1	3	1	2	3	4	4	3	2	5	4	5	1	2	3	5	2	3	3	4	2	4	2	3	5	1	2	3	1	1	4	1	2	2	3	2	3	3	
1	4	2	2	3	2	2	1	4	5	4	3	5	5	4	5	3	3	3	5	2	3	4	5	1	1	1	1	1	3	2	3	3	1	3	2	2	3	5	3	3	
2	2	2	3	2	2	2	3	2	5	2	2	2	4	2	5	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	2	2	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	
1	3	2	2	2	2	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	3	3	3	3	5	3	2	2	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	5	3	3	3	
2	1	1	1	2	1	1	4	1	2	4	2	1	3	1	3	3	5	3	3	3	5	2	1	4	1	1	1	1	1	1	4	2	1	2	2	1	2	2	5	2	
4	4	4	5	4	5	4	5	1	5	2	2	2	2	4	1	3	2	1	3	1	2	2	3	4	2	4	3	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	
5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4
4	4	3	3	4	3	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	3	3	2	4	4	2	5	4	4	4	2	4	5	2	
2	1	1	2	2	2	1	2	3	4	4	4	4	2	4	2	4	2	5	5	4	2	1	4	3	2	1	2	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	4	2	2	

5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	2	2	4	3	2	2	4	2	2	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	2	4	4	4
4	2	2	4	4	3	2	2	1	2	2	4	2	1	3	2	2	4	5	3	4	3	5	1	2	2	2	3	3	4	2	1	4	1	3	3	2	2	2	2	1	
4	1	2	2	2	3	2	4	3	1	5	4	1	2	2	4	2	4	3	4	2	5	3	3	4	1	4	2	2	4	1	4	4	4	1	2	4	2	5	2	3	
2	3	3	2	2	1	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	2	1	2	2	2	5	3	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2	1	1	3	2	
2	4	2	3	5	2	2	4	4	5	3	5	5	3	5	4	1	1	1	1	1	1	4	5	3	4	4	3	1	1	2	1	2	2	4	3	3	4	4	4	4	
5	3	5	4	5	3	5	5	1	2	2	2	2	1	1	2	1	4	4	2	3	2	1	2	1	4	1	2	4	1	2	2	2	5	2	2	2	2	5	2	3	
5	3	2	4	4	4	2	2	4	1	4	5	1	4	1	1	3	2	2	2	3	2	2	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	2	2	4	4	3	4	4	2	
3	3	2	2	3	4	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	2	1	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	4	2	1	5	4	3	4	4	2	5	
4	4	4	3	2	2	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5	1	2	2	1	2	4	4	2	4	4	5	5	2	4	3	2	3	2	4	5	5	3	5	3	4	
5	4	4	2	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	3	2	5	2	3	3	2	5	4	4	4	3	2	2	2	2	1	2	4	1	2	4	2	1	3	1	
5	5	4	5	4	5	4	4	3	1	4	4	1	2	3	2	4	4	1	4	3	4	4	5	3	5	2	3	5	4	2	5	4	2	4	2	5	4	4	4	2	
4	2	1	2	5	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	4	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	5	2	1	2	4	2	
3	2	1	2	1	3	1	4	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	3	4	2	4	2	4	4	5	4	1	3	2	2	4	2	1	2	2	4	4	1	1	2	
2	2	1	3	2	2	1	1	2	4	2	4	4	2	3	2	5	3	4	5	4	4	3	5	4	3	3	1	2	3	2	2	1	4	2	4	2	2	2	2	2	
2	5	2	4	4	5	2	2	4	5	3	2	5	3	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	4	3	2	4	2	2	4	4	2	
4	4	2	2	4	4	2	5	5	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	2	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	
4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	2	1	4	4	3	1	2	4	4	2	2	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	1	3	4	4	5	3	
3	3	5	4	4	5	5	2	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	2	2	2	4	2	4	2	4	2	5	1	2	2	2	5	2	2	3	4	1	
3	1	4	3	1	4	2	2	3	2	4	4	2	4	5	2	2	1	1	2	1	3	1	1	3	2	4	4	2	2	2	3	2	3	2	3	5	4	1	2	2	
1	4	1	2	1	2	4	4	2	1	4	4	1	1	3	4	5	4	1	3	4	4	5	5	4	2	4	2	4	1	4	3	3	4	4	2	3	2	2	1	2	
3	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	2	2	3	5	2	4	4	2	5	4	5	4	4	5	4	
1	2	3	1	2	1	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	4	4	3	1	2	3	3	2	4	4	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	1
3	3	3	2	1	1	2	3	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	2	3	2	2	3	
5	4	2	4	2	4	5	5	1	2	1	4	2	4	2	1	5	4	5	4	5	5	5	5	1	4	2	2	2	4	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	5	
2	5	2	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	3	4	3	3	4	2	4	1	4	4	5	4	2	5	3	
3	2	2	1	2	5	1	3	1	3	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2

1	2	4	3	2	4	2	2	5	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	1	3	2	4	2	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	2	1	5	2	1	2
4	5	4	5	5	4	5	5	2	2	1	2	2	1	2	1	3	3	4	3	3	5	4	3	5	4	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4		
2	3	4	4	2	2	2	3	2	4	2	2	4	2	4	2	4	5	5	5	5	5	1	1	1	2	2	1	4	4	4	2	5	4	1	2	2	2	3	1	2		
4	2	4	5	2	2	3	4	4	5	4	2	5	3	1	3	1	2	3	2	3	2	2	4	1	2	4	4	2	2	1	2	4	1	2	5	3	2	4	4	2		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2			
1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	1	3	2	1	2	1	5	2	2	2	4	1	2	3	2	2	2	4	1	1	3	4		
1	4	2	1	1	4	2	3	5	2	3	1	2	5	4	4	2	4	5	4	5	3	3	3	3	1	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	2	4	2	3		
4	4	1	5	3	4	5	4	1	3	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	3	1	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	2	3	1	2	2		
4	4	5	5	4	5	5	5	2	1	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	5	4	3		
2	4	2	4	4	3	2	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4		
5	2	4	3	2	5	4	4	2	2	1	2	2	3	1	3	2	2	2	2	4	2	4	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	4	4	5	3		
4	4	3	4	4	2	3	5	1	1	2	2	1	3	2	1	2	5	3	5	2	2	3	2	1	1	2	2	4	2	4	4	4	3	2	1	2	2	4	2	1		
1	3	2	1	3	2	2	1	3	1	4	2	1	4	2	2	2	3	4	3	1	2	2	1	2	4	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	4	
5	4	5	4	4	5	5	4	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1			
4	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	3	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	1	2	3	4	3	1	2	4	2	
1	1	2	2	1	3	2	1	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	3	4	2	4	3	2	2	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1		
4	1	3	1	1	2	3	2	5	4	5	5	4	5	5	4	2	4	1	4	3	2	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	2	3		
5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	2	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
2	2	2	2	2	2	2	1	5	5	5	4	5	4	5	5	2	1	2	1	1	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	2	5	2	5	2	4	2	
1	2	4	2	2	4	4	3	3	5	5	2	2	4	5	3	4	5	2	5	4	3	5	4	5	4	5	4	2	4	5	5	2	2	2	3	2	2	2	2	4		
3	4	4	5	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1	2	1	3	4	5	4	4	4	3	1	3	2	1	1	4	5	2	4	4	5	5	4	5	2	5	5	3		
5	5	3	4	5	4	3	5	4	2	3	5	4	2	4	2	3	1	1	1	3	3	4	2	4	4	3	2	5	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4		
5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5	1	2	2	2	1	1	4	4	5	5	4	4	2	2	2	4	4	1	5	2	5	3	5	5	3	
4	4	4	5	4	3	4	4	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	2	1	2	2	2	2	4		
2	1	2	1	1	4	2	4	3	4	3	5	2	5	2	3	3	2	1	2	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	

3	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	1	1	1	1	1	5	3	4	5	5	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	
2	3	3	1	3	2	3	2	4	4	4	4	3	5	3	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	3	2	4	1	2	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	
3	3	2	1	3	1	2	2	5	4	3	2	4	4	4	2	2	5	1	5	2	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	3	3	2		
1	1	1	1	1	3	1	4	4	4	4	2	4	2	4	4	5	3	3	3	2	5	2	2	4	3	2	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5		
3	4	2	4	4	4	2	4	5	5	3	2	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	5	2	4	3	5	4	3	3	3	2	3	3	3	5	3	3	3		
1	4	3	4	4	3	3	2	5	4	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1	1	1	3	1	1	4	2	4	3	1	1	3	5	3	1	3	3	4	
2	1	4	3	1	4	4	2	4	2	3	3	4	4	2	4	1	1	2	1	3	2	5	5	5	4	4	5	4	4	3	1	4	3	4	3	4	2	4	4	1	
1	3	1	4	3	3	1	2	5	5	4	2	2	4	4	2	5	4	3	4	3	2	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	5	2	2	3	5	5	5	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
3	4	4	5	4	3	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	5	4	4	1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5
4	4	3	5	4	5	3	5	5	2	4	4	4	4	2	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	3	1	3	1	4	1	1	1	
4	3	4	1	3	2	4	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	
3	1	1	3	1	2	1	2	4	2	3	4	3	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	4	4	3	2	2	2	3	3	3	5	3	3	2	
2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1	3	4	3	4	2	3	2	4	2	4	2	4	2	2	2	1	1	1	3	1	3	1	3	3	3	
1	1	1	1	1	2	1	1	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	4	2	4	2	4	4	4	
1	1	2	1	1	2	2	1	4	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	1	1	5	
3	2	1	1	2	4	1	2	4	3	2	2	2	2	3	2	2	4	2	4	2	5	4	1	3	3	3	1	1	2	3	3	2	3	4	4	4	2	4	4	2	
5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	4	5	3	5	5	5	5	4	2	4	5	5	3	4	4	2	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	4	
2	4	4	3	4	3	4	5	4	2	4	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	3	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	
5	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	2	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	
3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	5	4	5	3	2	5	4	2	4	2	3	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	2	5	2	5	5	4	
4	3	1	2	3	4	1	4	3	2	1	5	4	4	2	3	1	5	5	5	4	2	2	2	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	2	5	2	2	2	2	4	
1	2	2	1	2	1	2	2	3	4	2	5	5	4	4	4	2	1	1	1	2	2	4	2	4	2	4	4	3	3	3	2	4	1	2	1	2	3	2	2	2	
5	3	5	2	3	5	5	4	2	1	4	3	1	2	2	1	3	2	3	2	2	4	4	1	2	4	4	4	5	2	2	3	2	2	4	2	4	2	4	4	2	
3	3	4	4	3	3	4	2	4	2	4	1	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	5	3	1	3	4	3	2	4	3	2	4	4	2	4	2	5	2	2	4	
4	5	2	5	5	5	2	5	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	1	3	2	3	2	1	4	2	3	3	2	4	3	4	2	5	1	3	1	2	1	1	1	

5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	1	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
4	5	5	4	5	5	5	4	4	2	2	1	2	1	2	1	4	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	4	2	2	1	1	1	2	4	2	4	4	4	4	4	2
2	4	5	4	4	2	5	4	2	3	2	4	4	3	4	3	5	4	5	4	5	5	4	2	4	5	2	1	2	4	4	3	4	4	3	5	2	4	2	2	5	
2	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	1	3	4	4	3	3	3	3	2	1	1	2	3	4	2	3	2	2	4	5	5	5	2	4	3	3	3	3	1
1	3	2	2	3	3	2	2	2	4	1	1	2	1	1	3	4	2	4	2	5	2	3	2	4	4	5	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	5	
2	2	1	2	2	3	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	1	3	3	1	1	2	3	3	2	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	4	
4	4	3	2	4	2	3	4	4	4	4	1	2	4	1	2	2	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	1	3	3	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	3	4	2	3	2	1	5	5	5	4	4	5	3	5	2	5	5	4	5	4	5	2	4	2	4	4	4	4	4	5	
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
2	2	4	4	2	4	4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	4	4	4	4	5	1	1	1	2	2	2	1	2	1	3	2	3	1	4	3	1	3	3	1	
2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	2	5	5	5	5	4	3	5	4	2	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	5	5	3	
2	1	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4	1	2	4	4	5	4	2	4	1	3	1	4	2	4	2	4	2	1	4	1	4	2	4	2	4	4	4	4	2	
2	3	4	3	3	3	4	1	2	2	1	2	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4	1	3	1	2	3	2	1	4	2	3	2	2	2	1	3	1	1	1	
3	2	4	3	2	4	4	2	1	2	1	2	5	1	2	1	2	2	4	4	4	3	1	2	4	1	1	2	4	1	4	2	4	2	1	1	3	2	4	3	5	
4	1	5	3	1	3	5	5	4	4	2	5	4	2	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	5	2	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	5	3	1	5	2	
2	2	1	4	2	2	3	2	4	5	4	4	1	5	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3	4	4	2	2	2	5	4	1	4	1	3	4	4	5	5	4	3	
5	5	2	4	5	4	4	4	2	3	3	2	4	3	2	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	2	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	
2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	1	4	5	4	3	2	4	2	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5
1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	4	4	2	4	2	4	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	2	4	4	2	3	2	4	2	4	3	2	2	2	2	2	4	4	4	3	5	4	1	4	2	4	1	2	5	4	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	
2	3	1	2	3	4	2	1	4	4	3	4	2	4	4	4	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	4	4	1	3	4	1	2	2	2	3	3	4	3	3	3	
2	2	2	2	2	2	5	1	5	3	3	4	3	2	4	3	2	1	2	1	2	1	3	4	1	4	4	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	
2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	1	2	3	3	5	3	5	2	2	1	2	3	2	5	2	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	
2	5	4	3	5	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	3	2	4	3	4	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	3	3	5	4	2	2	1	2	2	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	2	5	5	2	5	5	5	

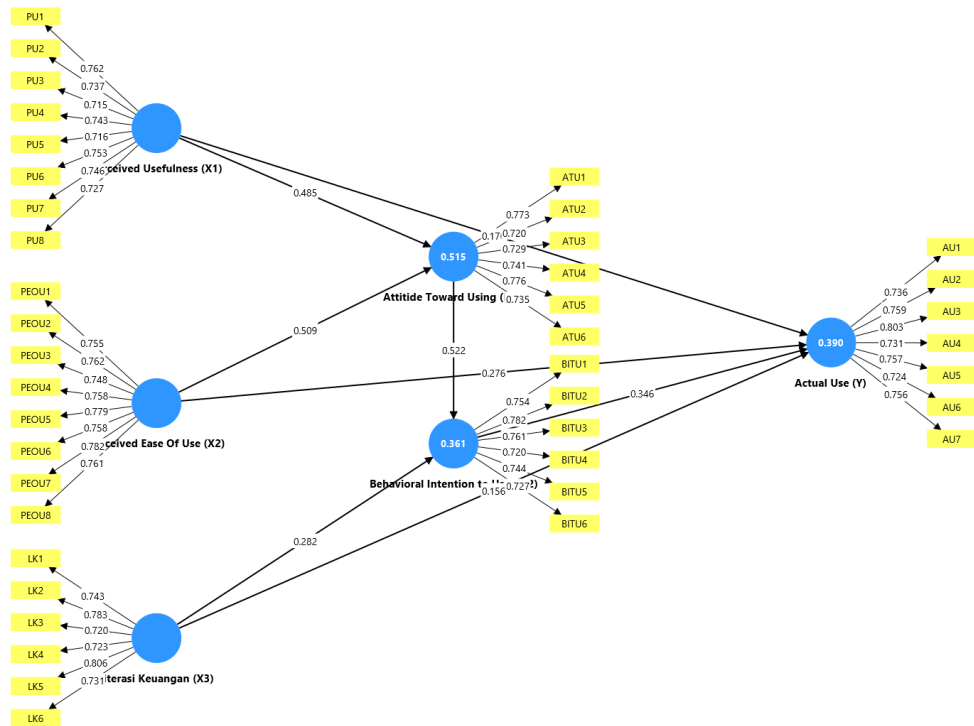
1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
1	2	4	4	2	1	1	4	2	3	2	2	3	3	2	3	5	5	3	5	5	5	4	2	2	2	5	2	4	4	4	1	4	3	2	5	5	5	5	2	5	2
1	1	2	1	1	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	2	3	2	4	4	4	5	3	4	1	1	3	2	3	5	1	5	3	2	5	2	
1	2	4	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	2	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	2	5	2	4	5	2	5	4	5	4	2	3	2	4	2	5	5	5	5	5	3	5	
5	2	5	2	2	4	1	3	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	5	2	3	5	5	5	5	
3	2	4	4	2	2	4	4	4	5	4	2	5	5	2	4	3	3	2	1	1	2	3	4	3	4	5	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	5	3	1	3	
5	2	4	4	2	4	4	2	5	4	4	5	4	4	5	3	1	3	1	2	1	1	4	5	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	2	3	3	2	3	2	3	
2	1	1	2	1	1	2	2	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3	2	5	5	5	4	2	4	2	2	2	4	5	5	1	4	4	2	2	2	5	5	1	5	
5	4	5	4	4	4	5	4	1	1	1	1	2	2	1	3	5	1	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	5	3	2	2	5	2	1	2	3	3	2	2	2	
1	2	3	1	2	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	2	3	2	3	5	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	1	2	2	3	5	3	
1	4	4	2	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	2	1	2	1	2	4	1	5	3	3	3	3	4	5	5	3	3	5	3	5
4	4	2	4	4	4	4	5	3	1	4	2	2	2	2	1	5	5	5	5	5	5	2	1	3	1	3	2	5	3	4	2	2	4	2	5	5	5	2	5	2	
4	1	4	4	1	1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2	1	2	2	5	4	4	4	4	3	4	2	4	2	2	4	3	2	5	5	2	3	5	3	
3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	4	2	4	2	4	2	2	1	1	4	1	2	2	3	3	2	2	5	2		
1	2	1	3	2	3	2	1	2	5	2	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	3	3	3	4	3	2	4	2	1	2	3	2	2	5	2	3	1	5	2	5	
5	3	2	4	3	3	4	2	4	5	4	4	5	5	4	2	5	2	3	1	5	2	5	5	3	5	4	4	2	2	2	3	4	5	2	5	2	3	3	3	3	
4	2	2	3	2	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	2	5	5	2	5	5	2	1	4	1	2	3	3	4	5	5	4	3	2	5	5	5	5	2	5	
2	2	4	4	2	1	2	4	1	1	1	5	2	2	5	1	5	5	5	5	5	2	2	3	2	3	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	2	2	4	2	1	2	3	2	5	4	4	4	4	4	5	3	3	2	2	5	4	4	3	4	3	1	3	3	3	1	2	3	1	2	1	3	2	1	2	
3	1	2	1	2	2	2	2	4	2	4	4	3	3	4	5	2	2	3	5	5	5	3	4	3	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	
4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	5	5	2	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5
2	4	2	3	3	2	1	3	2	5	4	2	5	5	3	4	3	3	5	5	3	5	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	5	3	3	2	5	5	5	
2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	4	4	3	3	2	5	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	
4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	2	2	1	1	1	5	1	2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	1	4	3	2	1	1	2	2	3	2	
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	2	5	4	1	1	3	1	2	1	5	4	5	4	4	3	2	4	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	

2	1	3	3	1	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	2	1	5	2	3	4	1	4	2	1	1	2	1	1	2	4	5	5	2	5	2	2	2
4	2	4	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	2	5	3	2	4	4	5	4	5	5	2	1	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	5	5	3	4	2	3	2	1	3	3	2	2	5	2	5	2	2	3	4	5	2	5	2	4	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2
5	4	4	5	2	4	4	4	2	2	3	1	4	4	3	1	1	2	5	2	2	5	4	2	4	2	4	2	1	3	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5
2	1	1	2	3	2	4	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	5	5	5	5	5	4	2	1	2	1	5	2	2	2	2	2	3	5	1	3	2	2	2	2
1	3	1	3	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	2	5	3	5	5	5	1	1	4	1	1	1	2	1	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
2	1	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	2	4	1	3	1	4	2	4	2	4	2	1	4	1	4	2	4	2	4	4	4	4	2
2	3	4	3	3	3	4	1	2	2	1	2	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4	1	2	1	2	3	2	1	4	2	3	2	2	2	1	3	1	1	1
3	2	4	3	2	4	4	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	4	4	4	3	1	2	1	1	1	2	4	1	4	2	4	2	1	1	3	2	4	3	5
4	1	5	3	1	3	5	5	4	4	2	5	2	2	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	5	2	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	5	3	1	5	2
2	2	1	4	2	2	3	2	4	5	4	4	5	5	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	2	2	5	4	1	4	1	3	4	4	5	5	4	3
5	5	5	4	5	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4	4	1	4	5	4	4	2	4	2	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5
1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	4	2	4	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	4	2	3	2	4	2	4	3	2	2	2	2	2	5	4	4	3	5	4	1	4	1	4	1	2	5	4	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4
2	3	3	2	3	4	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	1	3	1	4	1	4	4	1	3	4	1	2	2	2	3	3	4	3	3	3
2	2	2	2	2	2	5	1	5	3	3	4	2	2	4	3	2	1	2	1	2	1	3	4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1
2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	5	3	5	2	2	3	2	3	2	5	2	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2
2	5	5	3	5	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	4	3	4	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	3	3	5	4	2	2	1	2	2	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	2	5	5	2	5	5	5
1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
1	2	2	4	2	1	1	4	2	3	2	2	3	3	2	3	5	5	3	5	5	5	4	2	5	2	5	2	4	4	4	1	4	3	2	5	5	5	2	5	2
1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5	3	2	5	5	5	2	3	2	4	5	4	5	3	4	1	1	3	2	3	5	1	5	3	2	5	2
1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	5	2	2	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	2	5	2	4	5	4	5	4	5	4	2	3	2	4	2	5	5	5	5	5	3	5
5	2	2	2	2	4	1	3	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	5	2	3	5	5	5	5

3	2	2	4	2	2	4	4	4	5	4	2	5	5	2	4	1	3	2	1	1	2	3	4	5	4	5	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	5	3	1	3	
5	2	2	4	2	4	4	2	5	4	4	5	4	4	5	3	1	3	1	2	1	1	4	5	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	2	3	3	2	3	2	3	
2	1	1	2	1	1	2	2	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	2	5	5	5	4	2	2	2	2	4	5	5	1	4	4	2	2	2	5	5	1	5		
5	4	4	4	4	4	5	4	1	1	1	1	2	2	1	3	5	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	2	2	5	2	1	2	3	3	2	2	2		
1	2	2	1	2	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	2	3	2	3	5	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	1	2	2	3	5	3	
1	4	4	2	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	1	2	4	1	5	3	3	3	4	5	5	3	3	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	5	3	1	4	2	2	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	2	1	3	1	3	2	5	3	4	2	2	4	2	5	5	5	2	5	2
4	1	1	4	1	1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	2	2	1	2	2	5	4	4	3	4	3	4	2	4	2	2	4	3	2	5	5	2	3	5	3	
3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	2	4	2	4	2	2	1	1	4	1	2	2	3	3	2	2	5	2	
1	2	2	3	2	3	2	1	2	5	2	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	3	3	3	2	3	2	4	2	1	2	3	2	2	5	2	3	1	5	2	5	
5	3	3	4	3	3	4	2	4	5	4	4	5	5	4	2	5	2	3	1	5	2	5	5	4	5	4	4	2	2	2	3	4	5	2	5	2	3	3	3	3	
4	2	2	3	2	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	2	1	2	1	2	3	3	4	5	5	4	3	2	5	5	5	5	2	5	
2	2	2	4	2	1	2	4	1	1	1	5	2	2	5	1	5	5	5	5	5	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	4	2	4	2	1	2	3	2	5	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	5	4	4	3	4	3	1	3	3	3	1	2	3	1	2	1	3	2	1	2	
3	1	1	1	2	2	2	2	4	2	4	4	3	3	4	5	5	2	3	5	5	5	3	4	2	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	
4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	5	2	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	2	5	
2	4	4	3	3	2	1	3	2	5	4	2	5	5	3	4	3	3	5	5	3	5	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	5	3	3	2	5	5	5	
2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	4	4	3	3	2	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	
4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	2	2	1	1	1	5	1	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	1	4	3	2	1	1	2	2	3	2	
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	2	5	4	2	1	3	1	2	1	5	4	4	4	4	3	2	4	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	
2	1	1	3	1	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	2	1	5	2	3	4	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	5	5	2	5	2	2	2	
4	2	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	5	3	2	4	4	5	4	5	5	2	1	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
3	5	5	4	5	5	3	4	2	3	2	1	3	3	2	2	2	2	5	2	2	3	4	5	2	5	2	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2
5	4	4	5	2	4	4	4	2	2	3	1	4	4	3	1	2	2	5	2	2	5	4	2	4	2	4	2	1	3	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	
2	1	1	2	3	2	4	2	2	2	2	3	1	1	2	2	5	5	5	5	5	5	4	2	1	2	1	5	2	2	2	2	2	3	5	1	3	2	2	2	2	
1	3	3	3	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	5	5	3	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	2	1	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	

Lampiran

Uji Model Pengukuran (Outer Model)



Convergent Validity dan Discriminan Validity

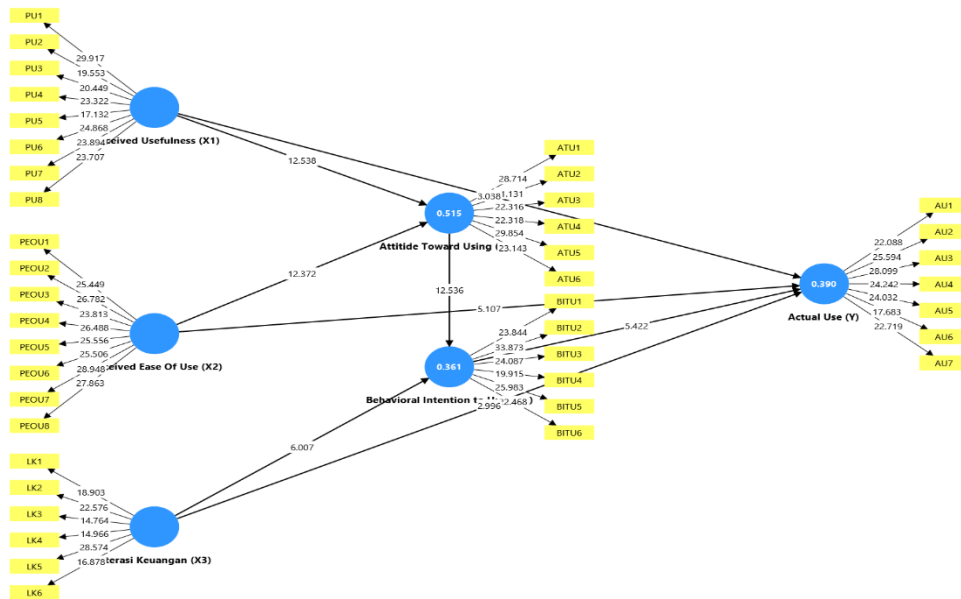
	<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	<i>Perceived Ease Of Use (X2)</i>	Literasi Keuangan (X3)	<i>Attitude Toward Using (M1)</i>	<i>Behavioral Intention Use (M2)</i>	<i>Actual Use (Y)</i>
PU.1	0.762	0.084	-0.069	0.460	0.359	0.234
PU.2	0.737	-0.026	-0.012	0.275	0.263	0.273
PU.3	0.715	-0.018	-0.020	0.282	0.251	0.193
PU.4	0.743	0.003	0.074	0.332	0.354	0.269
PU.5	0.716	-0.022	-0.064	0.311	0.220	0.201
PU.6	0.753	0.017	0.045	0.433	0.357	0.246
PU.7	0.746	0.072	-0.059	0.443	0.284	0.192
PU.8	0.727	0.086	0.119	0.378	0.391	0.358
PEOU.1	0.007	0.755	-0.062	0.422	0.162	0.253
PEOU.2	0.034	0.762	-0.049	0.377	0.125	0.258
PEOU.3	-0.017	0.748	-0.020	0.337	0.164	0.309
PEOU.4	0.002	0.758	-0.017	0.426	0.224	0.284

PEOU.5	0.098	0.779	0.067	0.378	0.189	0.219
PEOU.6	0.065	0.758	0.030	0.448	0.217	0.346
PEOU.7	0.021	0.782	0.045	0.382	0.220	0.330
PEOU.8	0.040	0.761	0.000	0.436	0.261	0.256
LK.1	-0.019	0.068	0.743	0.100	0.219	0.198
LK.2	0.028	0.098	0.783	0.077	0.251	0.233
LK.3	0.064	-0.074	0.720	0.006	0.158	0.171
LK.4	-0.046	-0.060	0.723	-0.050	0.205	0.139
LK.5	0.001	-0.034	0.806	0.027	0.280	0.221
LK.6	0.001	-0.036	0.731	-0.054	0.198	0.186
ATU.1	0.453	0.408	0.085	0.773	0.395	0.332
ATU.2	0.317	0.405	-0.033	0.720	0.347	0.241
ATU.3	0.387	0.372	0.073	0.729	0.462	0.393
ATU.4	0.335	0.412	-0.004	0.741	0.346	0.250
ATU.5	0.367	0.436	-0.032	0.776	0.402	0.334
ATU.6	0.393	0.331	0.036	0.735	0.412	0.342
BIU.1	0.344	0.150	0.222	0.406	0.754	0.394
BIU.2	0.367	0.188	0.205	0.413	0.782	0.448
BIU.3	0.270	0.218	0.231	0.384	0.761	0.383
BIU.4	0.331	0.141	0.216	0.399	0.720	0.345
BIU.5	0.301	0.264	0.215	0.399	0.744	0.461
BIU.6	0.313	0.194	0.249	0.377	0.727	0.378
AU.1	0.159	0.285	0.228	0.313	0.322	0.736
AU.2	0.303	0.267	0.196	0.305	0.462	0.759
AU.3	0.304	0.272	0.164	0.392	0.426	0.803
AU.4	0.240	0.374	0.259	0.368	0.454	0.731
AU.5	0.238	0.259	0.173	0.252	0.385	0.757
AU.6	0.335	0.209	0.090	0.352	0.336	0.724
AU.7	0.191	0.271	0.230	0.251	0.418	0.756

Composite Reliability

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Perceived Usefulness (X1)	0.872	0.876	0.901	0.566
Perceived Ease Of Use (X2)	0.840	0.842	0.882	0.556
Literasi Keuangan (X3)	0.842	0.844	0.884	0.560
Attitude Toward Using (M1)	0.846	0.858	0.885	0.564
Behavioral Intention Use (M2)	0.897	0.889	0.917	0.582
Actual Use (Y)	0.881	0.886	0.905	0.544

Uji Model Struktural (Inner Model)



R-Square

Variabel	R Square	R-Square Adjusted
Attitude Toward Using (M1)	0,389	0,379
Behavioral Intention Use (M2)	0,515	0,511
Actual Use (Y)	0,360	0,355

Uji Hipotesis Penelitian Langsung

Hipotesis Penelitian	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Perceived Usefulness (X1) -> Actual Use (Y)	0,176	0,178	0,058	3,037	0.000	Diterima
Perceived Ease Of Use (X2) -> Actual Use (Y)	0,276	0,277	0,054	5,106	0.000	Diterima
Literasi Keuangan (X3) -> Actual Use (Y)	0,155	0,158	0,051	2,996	0.003	Diterima
Perceived Usefulness (X1) -> Attitude Toward Using (M1)	0,485	0,487	0,038	12,537	0.000	Diterima
Perceived Ease Of Use (X2) -> Attitude Toward Using (M1)	0,508	0,508	0,041	12,371	0.000	Diterima
Literasi Keuangan (X3) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,281	0,286	0,046	6,007	0.000	Diterima
Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,522	0,524	0,041	12,536	0.002	Diterima
Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,345	0,345	0,063	5,421	0.000	Diterima

Uji Hipotesis Penelitian Tidak Langsung (Mediasi)

Hipotesis Penelitian	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Perceived Usefulness (X1) -> Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,253	0,255	0,031	8,033	0.000	Diterima
Perceived Ease Of Use (X2) -> Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2)	0,265	0,266	0,030	8,847	0.000	Diterima
Literasi Keuangan (X3) -> Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,097	0,098	0,024	3,939	0.000	Diterima
Attitude Toward Using (M1) -> Behavioral Intention to Use (M2) -> Actual Use (Y)	0,180	0,181	0,037	4,800	0.000	Diterima