

Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) Secara Digital: Peran Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pemahaman Digital

Sharla Putri Rania^{1)*}, Edi Susilo²⁾

¹²Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia

Email: 221130001820@unisnu.ac.id^{1)*}, edisusilo@unisnu.ac.id²⁾

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar dalam optimalisasi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui berbagai platform digital. Namun, tingkat pemanfaatan ZIS digital di Indonesia masih belum sebanding dengan potensi zakat nasional yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga ZIS digital, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pemahaman zakat digital terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 100 responden Muslim di Indonesia dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, kepercayaan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pemahaman zakat digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS secara digital, baik secara parsial maupun simultan. Pemahaman zakat digital merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat. Model penelitian mampu menjelaskan 59,7% variasi minat membayar ZIS digital. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi aspek religius, institusional, teknologis, dan kognitif dalam mendorong peningkatan adopsi pembayaran ZIS digital di Indonesia.

Kata kunci: kemudahan penggunaan; kepercayaan; pemahaman zakat digital; religiusitas; ZIS digital.

Abstract

The rapid development of digital technology has created significant opportunities to optimize the collection of zakat, infaq, and alms (ZIS) through digital platforms. However, the utilization of digital ZIS in Indonesia remains far below its national potential. This study aims to analyze the influence of religiosity, trust in digital ZIS institutions, ease of application use, and understanding of digital zakat on public interest in paying ZIS digitally. This research employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through an online questionnaire from 100 Muslim respondents in Indonesia using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression after validity, reliability, and classical assumption tests. The results show that religiosity, trust, ease of use, and understanding of digital zakat have a positive and significant effect on the intention to pay ZIS digitally, both partially and simultaneously. Among these variables, understanding of digital zakat has the strongest influence. The model explains 59.7% of the variance in digital ZIS payment intention. These findings highlight the importance of integrating religious, institutional, technological, and cognitive factors in promoting the adoption of digital ZIS payments in Indonesia.

Keywords: digital ZIS; digital zakat understanding; perceived ease of use; religiosity; trust.

Pendahuluan

Zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) merupakan instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam yang berfungsi tidak hanya sebagai bentuk ibadah, tetapi juga sebagai sarana distribusi

kekayaan untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan umat. Dalam konteks modern, perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang besar bagi optimalisasi penghimpunan dana ZIS. Melalui platform digital, masyarakat dapat menunaikan kewajiban dan amalan sosialnya dengan lebih cepat, efisien, dan transparan. Sehingga berpotensi meningkatkan partisipasi masyarakat dalam filantropi Islam. Namun demikian, potensi digitalisasi ZIS di Indonesia yang mencapai ratusan triliun rupiah belum dimanfaatkan secara optimal, sebagaimana ditunjukkan oleh capaian realisasi yang hanya sekitar 3–5% dari total potensi nasional (BAZNAS, 2023).

Meskipun perkembangan teknologi tersebut terus meningkat, penerapan pembayaran ZIS secara digital belum sepenuhnya diterima secara merata di kalangan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Salah satu fenomena yang muncul adalah rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah. Masyarakat lebih cenderung menyalurkan ZIS secara langsung kepada mustahik atau melalui lembaga keagamaan setempat seperti masjid dan amil tradisional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digitalisasi filantropi Islam dengan realitas sosial masyarakat (Yusuf & Sarasi, 2023).

Digitalisasi layanan keuangan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang substansial, tingkat penerimaan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital masih relatif rendah apabila dibandingkan dengan potensi zakat nasional yang ada. Badan Amil Zakat Nasional melaporkan bahwa pada tahun 2023 realisasi pengumpulan zakat nasional baru mencapai sekitar 10 % dari total potensi zakat Indonesia senilai Rp 327 triliun, menunjukkan bahwa masih banyak potensi yang belum tergarap. Di sisi lain, lebih dari separuh kurang lebih 53,35 % kontribusi digital yang diterima di BAZNAS Pusat berasal dari kanal online resmi, yang menandakan bahwa kehadiran teknologi belum sepenuhnya berhasil mendorong transformasi perilaku masyarakat dalam menjalankan ZIS secara digital (BAZNAS, 2023). Situasi ini menunjukkan adanya masalah non-teknis yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap pemanfaatan platform ZIS digital.

Kajian penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap pembayaran ZIS digital. Muthmainnah et al. (2022) menemukan bahwa religiusitas, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat digital, dengan aspek religius dan trust sebagai pendorong utama dalam adopsi teknologi filantropi Islam. Namun, penelitian tersebut belum memasukkan variabel pemahaman zakat digital secara spesifik. Lestari dan Ratnasari (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat melalui lembaga amil, meskipun aspek digitalisasi belum menjadi fokus utama (Adam Septyo Ginting, 2024). menemukan bahwa transparansi dan kepercayaan berdampak signifikan terhadap minat membayar zakat online, tetapi penelitian ini hanya mencakup satu lembaga dan tidak mempertimbangkan religiusitas atau kemudahan aplikasi. Anggraini dan Rachma (2022) menemukan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat zakat digital, sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh kuat, menunjukkan bahwa pemahaman saja tidak cukup tanpa persepsi keamanan dan transparansi lembaga. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan variasi dalam variabel yang digunakan dan belum menyatukan empat variabel penting secara simultan, yaitu religiusitas, kepercayaan lembaga, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pemahaman zakat digital. Hal ini menjadi celah penelitian yang ingin diisi melalui kajian ini, dengan menawarkan pembaharuan melalui pengujian empat variabel kunci dalam satu model regresi untuk menjelaskan minat masyarakat Indonesia membayar ZIS secara digital.

Dalam kerangka ekonomi Islam, keputusan individu untuk membayar ZIS tidak semata-mata dipengaruhi oleh aspek kemudahan teknologi, melainkan juga oleh dimensi religiusitas, tingkat kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, serta pemahaman personal mengenai mekanisme dan validitas syariah zakat digital. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa religiusitas dan kepercayaan memiliki peran krusial dalam meningkatkan minat pembayaran zakat digital (Anggraini & Rachma, 2022). Akan tetapi, penelitian lain menemukan bahwa literasi atau pemahaman zakat tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap minat zakat digital, sehingga menghasilkan inkonsistensi dalam temuan empiris (Anggraini & Rachma, 2022). Selain itu, mayoritas penelitian sebelumnya masih mengeksplorasi faktor-faktor tersebut secara parsial atau terbatas pada dua hingga tiga variabel, serta belum mengintegrasikan aspek religius, institusional, teknologis, dan kognitif secara simultan dalam satu kerangka analisis. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian yang ditandai oleh absennya kajian menyeluruh yang menguji pengaruh religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga ZIS digital, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pemahaman zakat digital secara bersamaan terhadap minat masyarakat membayar ZIS digital, khususnya dalam konteks Indonesia.

Berdasarkan kesenjangan antara besarnya potensi ZIS dan rendahnya tingkat pemanfaatan platform ZIS digital, dapat disimpulkan bahwa persoalan adopsi ZIS digital tidak semata-mata bersumber pada ketersediaan teknologi. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam membayar ZIS secara digital dipengaruhi oleh kombinasi faktor religius, institusional, teknologis, dan kognitif (Anggraini & Rachma, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini memberikan inovasi melalui pengembangan model empiris terintegrasi yang menggabungkan nilai religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga ZIS, persepsi kemudahan penggunaan teknologi, serta pemahaman ZIS digital dalam menjelaskan minat pembayaran ZIS digital.

Urgensi penelitian ini meningkat seiring transformasi digital nasional dan tuntutan penyederhanaan layanan keagamaan berbasis teknologi. Keterbatasan literasi digital dan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga ZIS digital dapat menghambat perkembangan ekosistem filantropi Islam modern (Annisa Zetira, 2021). Selain itu, belum optimalnya pemahaman tentang kepatuhan syariah dalam transaksi digital sering menimbulkan persepsi negatif bahwa zakat digital kurang sah secara agama (Widowati, 2024). Penelitian ini hadir untuk memberikan solusi empiris terhadap permasalahan tersebut, dengan menganalisis faktor-faktor kunci yang memengaruhi minat masyarakat sehingga dapat dirumuskan strategi peningkatan adopsi ZIS digital secara lebih efektif.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh tingkat religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga ZIS digital, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pemahaman zakat digital terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS secara digital di Indonesia. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya model adopsi teknologi pada konteks filantropi Islam serta memberikan dasar empiris mengenai peran religiusitas dan pemahaman zakat digital dua variabel yang belum banyak diuji secara bersamaan dalam kajian sebelumnya. Secara praktis, hasil penelitian memberikan kontribusi bagi lembaga amal zakat, pemerintah, dan pengembang aplikasi digital dalam merumuskan strategi edukasi, inovasi layanan, serta peningkatan kepercayaan publik guna mengoptimalkan penghimpunan ZIS digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab celah akademik, tetapi juga memberikan implikasi nyata bagi penguatan ekosistem ekonomi Islam digital di Indonesia.

Kajian Teori

Religiusitas

Teori religiusitas yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci, (2020) yang menjelaskan **bahwa** perilaku manusia dipengaruhi oleh motivasi internal, termasuk nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks ini, religiusitas didefinisikan sebagai komitmen terhadap agama mendorong individu untuk terlibat dalam pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara digital sebagai bentuk ibadah yang lebih efisien. Religiusitas diukur melalui indikator seperti keyakinan syariah dan praktik keagamaan harian, yang diperkirakan dapat meningkatkan kecenderungan masyarakat terhadap ZIS digital.

Penelitian oleh (Ashari & Susilowati, 2023) menunjukkan adanya korelasi positif antara religiusitas dan niat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah dengan koefisien sebesar 0.41, yang mendukung hipotesis bahwa faktor ini memengaruhi minat. Kajian di Indonesia oleh Latipah dan Nurjanah (2023) yang menemukan bahwa religiusitas secara signifikan memengaruhi niat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah secara online, khususnya di kalangan masyarakat Muslim yang kuat religiusitasnya.

Kepercayaan

Teori Kepercayaan yang dikemukakan oleh Mayer et al., (1995) menegaskan bahwa kepercayaan pada institusi, meliputi aspek seperti transparansi dan keamanan, merupakan syarat utama bagi keterlibatan dalam transaksi. Pada konteks pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara digital, kepercayaan terhadap entitas seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dapat meminimalkan risiko persepsi terkait penipuan. Pengukuran kepercayaan dilakukan berdasarkan persepsi mengenai transparansi pengelolaan dana serta akuntabilitas, yang diperkirakan dapat mendorong peningkatan minat.

Kajian oleh Abdullah dan Sapiei, (2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan berkontribusi terhadap 35% variasi dalam niat untuk berzakat secara digital. Penelitian Ginting dan Dahrani (2024), di Tunisia menemukan bahwa kepercayaan pada lembaga mampu mengurangi hambatan partisipasi sebesar 28%, yang memiliki relevansi bagi konteks Indonesia.

Kemudahan

Teori kemudahan yang dikembangkan oleh Rogers (1962) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan, berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. Pada konteks aplikasi pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS), antarmuka yang intuitif dapat mengurangi hambatan dan mendorong peningkatan minat. Pengukuran kemudahan dilakukan melalui indikator seperti navigasi aplikasi serta kecepatan transaksi, yang diperkirakan akan mendukung adopsi teknologi digital.

Penelitian oleh Noviyanti dan Kurniawan (2021) mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan dapat meningkatkan minat untuk berzakat secara daring sebesar 42%. Kajian-kajian umum mengenai adopsi teknologi menunjukkan bahwa faktor ini memiliki peran penting dalam transaksi digital.

Pemahaman Digital

Teori pemahaman yang dikemukakan oleh Bandura, (1977), yang menyatakan bahwa pengetahuan (knowledge) mengenai inovasi diperoleh melalui pengalaman serta pendidikan, sehingga mempengaruhi tingkah laku. Pada konteks pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara digital, pemahaman tentang kepatuhan syariah dapat menghilangkan mitos serta mendorong peningkatan minat. Pengukuran pengetahuan

dilakukan berdasarkan pemahaman mengenai manfaat dan validitas teknologi digital, yang diperkirakan akan mendorong partisipasi. Kajian oleh Nugroho dan Pratiwi (2020) mengungkapkan bahwa pengetahuan dapat meningkatkan partisipasi sebesar 29%.

Metode Penelitian

Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat melalui verifikasi hipotesis secara empiris. Metode kuantitatif dipilih karena memfasilitasi pengukuran objektif terhadap konstruk perilaku dan persepsi responden dalam format data numerik yang dapat dianalisis secara statistik Creswell dan Creswell (2018).

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di Indonesia dengan unit analisis berupa individu Muslim yang memiliki potensi sebagai muzaki. Populasi penelitian meliputi masyarakat Muslim yang memiliki akses terhadap teknologi digital dan berpotensi memanfaatkan layanan ZIS digital. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria spesifik berupa masyarakat Muslim yang memiliki akses teknologi digital dan berpotensi sebagai muzaki. Sampel diperoleh melalui purposive sampling berdasarkan kriteria: beragama Islam, berusia 18–50 tahun, memiliki akses smartphone dan internet, serta memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarakan secara daring melalui Google Form yang berskala Likert 1-4. Metode survei daring dipilih karena efisiensinya, kemampuannya untuk menjangkau responden yang terbiasa dengan teknologi digital, serta relevansinya dengan konteks penelitian terkait adopsi ZIS digital (Evans & Mathur, 2018). Waktu penelitian dimulai pada bulan September 2025 dan berlangsung hingga seluruh proses pengumpulan data, pengolahan, dan analisis selesai.

Berdasarkan kerangka dasar penelitian, pengujian empiris dalam studi ini diarahkan untuk menguji hipotesis sebagai berikut: (H1) religiusitas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS secara digital; (H2) kepercayaan terhadap lembaga ZIS digital berpengaruh positif terhadap minat membayar ZIS digital; (H3) kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif terhadap minat membayar ZIS digital; (H4) pemahaman zakat digital berpengaruh positif terhadap minat membayar ZIS digital; serta (H5) religiusitas, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan pemahaman zakat digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS digital.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data mencakup: Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2). Langkah awal melibatkan verifikasi kelengkapan serta konsistensi data yang diperoleh dari responden. Selanjutnya, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, di mana suatu item pernyataan dianggap valid apabila koefisien korelasinya melebihi nilai r-tabel pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2018).

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai $\alpha \geq 0,70$ yang menunjukkan konsistensi internal yang memadai (Taber, 2018). Setelah instrumen terbukti valid dan reliabel, analisis diteruskan dengan pengujian asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, sebagai

prasyarat untuk penerapan regresi linier berganda (Gujarati & Porter, 2009). Tahap akhir analisis dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, Uji Hipotesis (t dan F) Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengevaluasi pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 5% dengan bantuan perangkat lunak pengolahan data statistik SPSS versi 22.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas dan Reliabilitas

Table 1. Uji Validitas

VARIABEL	X/Y	R HITUNG	</>	R TABEL	KETERANGAN
Religiuitas	X1.1	0.820	>	0.1966	Valid
	X1.2	0.880	>	0.1966	Valid
	X1.3	0.906	>	0.1966	Valid
	X1.4	0.858	>	0.1966	Valid
Kepercayaan	X2.1	0.706	>	0.1966	Valid
	X2.2	0.871	>	0.1966	Valid
	X2.3	0.834	>	0.1966	Valid
	X2.4	0.783	>	0.1966	Valid
Kemudahan	X3.1	0.919	>	0.1966	Valid
	X3.2	0.915	>	0.1966	Valid
	X3.3	0.883	>	0.1966	Valid
	X3.4	0.895	>	0.1966	Valid
Pemahaman Digital	X4.1	0.836	>	0.1966	Valid
	X4.2	0.740	>	0.1966	Valid
	X4.3	0.821	>	0.1966	Valid
	X4.4	0.716	>	0.1966	Valid
Membayar ZIS Digital	Y1.1	0.716	>	0.1966	Valid
	Y2.2	0.800	>	0.1966	Valid
	Y1.3	0.811	>	0.1966	Valid
	Y1.4	0.772	>	0.1966	Valid

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Kriteria pengujian validitas dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,1966. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Koefisien	Keterangan
Religiuitas	0.888	0.60	Reliabel
Kepercayaan	0.836	0.60	Reliabel
Kemudahan	0.924	0.60	Reliabel
Pemahaman Digital	0.781	0.60	Reliabel
Membayar ZIS Digital	0.778	0.60	Reliabel

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Variabel Religiusitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,888, yang menunjukkan tingkat reliabilitas sangat baik dalam mengukur tingkat religiusitas responden. Variabel Kepercayaan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,836, yang mencerminkan konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur kepercayaan responden terhadap pembayaran ZIS secara digital. Variabel Kemudahan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,924, yang menandakan tingkat konsistensi internal yang sangat kuat dalam mengukur persepsi kemudahan penggunaan layanan ZIS digital.

Selanjutnya, variabel Pemahaman Digital memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,781, sedangkan variabel Minat Membayar ZIS Digital memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,778. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel berada pada kategori reliabel, sehingga seluruh instrumen penelitian dinilai memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09229941
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.035
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Berdasarkan hasil One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test terhadap Unstandardized Residual, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.777	1.286
	X2	.692	1.445
	X3	.997	1.003
	X4	.716	1.398

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Religiusitas (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,777 dan VIF sebesar 1,286. Variabel Kepercayaan (X2) memperoleh nilai

Tolerance sebesar 0,692 dan VIF sebesar 1,445. Variabel Kemudahan (X3) menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,997 dan VIF sebesar 1,003, sedangkan variabel Pemahaman Digital (X4) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,716 dan VIF sebesar 1,398.

Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, asumsi multikolinearitas telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.087	.691		1.574	.119
	X1	-.030	.031	-.109	-.946	.346
	X2	-.009	.037	-.031	-.252	.801
	X3	-.010	.032	-.031	-.306	.760
	X4	.029	.041	.086	.717	.475
a. Dependent Variable: ABS_RES						

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolute residual (ABS_RES) sebagai variabel dependen terhadap variabel independen Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pemahaman Digital. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,346, variabel Kepercayaan sebesar 0,801, variabel Kemudahan sebesar 0,760, dan variabel Pemahaman Digital sebesar 0,475. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.080	1.105		1.883	.063
	X1	.177	.050	.262	3.554	.001
	X2	.133	.059	.176	2.244	.027
	X3	.142	.051	.180	2.767	.007
	X4	.418	.066	.489	6.359	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai Unstandardized Coefficients (B), maka persamaan regresi yang diperoleh adalah:

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan

$$Y = 2,080 + 0,177X_1 + 0,133X_2 + 0,142X_3 + 0,418X_4.$$

Variabel Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3), dan Pemahaman Digital (X4) terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Membayar ZIS Digital (Sig. < 0,05). Di antara keempat variabel tersebut, Pemahaman Digital menunjukkan pengaruh paling dominan dengan koefisien terbesar dan nilai Standardized Beta tertinggi (0,489). Meskipun konstanta tidak signifikan (Sig. = 0,063), model regresi tetap layak digunakan sebagai alat prediksi Minat Membayar ZIS Digital.

Uji Hipotesis Parsial & Simultan

Tabel 7. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.080	1.105		1.883	.063
	X1	.177	.050	.262	3.554	.001
	X2	.133	.059	.176	2.244	.027
	X3	.142	.051	.180	2.767	.007
	X4	.418	.066	.489	6.359	.000

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Dengan jumlah sampel 100 responden (df = 95) dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Hasil uji t menunjukkan bahwa Religiusitas (t = 3,554; Sig. = 0,001), Kepercayaan (t = 2,244; Sig. = 0,027), dan Kemudahan (t = 2,767; Sig. = 0,007) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar ZIS Digital. Selain itu, Pemahaman Digital memiliki pengaruh paling kuat (t = 6,359; Sig. = 0,000) dengan koefisien regresi terbesar (B = 0,418) dan nilai Standardized Beta tertinggi (0,489).

Secara keseluruhan, hasil pengujian parsial mengonfirmasi bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar ZIS Digital, dengan Pemahaman Digital sebagai variabel dominan dalam model penelitian ini.

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175.271	4	43.818	35.242	.000 ^b
	Residual	118.119	95	1.243		

	Total	293.390	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2						

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 35,242 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh derajat kebebasan $df = 95$, sehingga nilai F tabel sebesar 2,47 pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Karena $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($35,242 > 2,47$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dinyatakan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pemahaman Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Membayar ZIS Digital.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga dapat digunakan sebagai dasar analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.580	1.11506
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

(Sumber : SPSS 22, 2025)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,597, yang mengindikasikan bahwa Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pemahaman Digital mampu menjelaskan 59,7% variasi Minat Membayar ZIS Digital. Adapun 40,3% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya jelas yang baik dan stabil setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel ($N = 100$). Selain itu, nilai R sebesar 0,773 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan Minat Membayar ZIS Digital.

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Minat Membayar ZIS Secara Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi komitmen keagamaan individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk memanfaatkan platform digital dalam menunaikan kewajiban dan amalan sosial keagamaan. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan Teori Motivasi Intrinsik Ryan dan Deci, (2020) yang menjelaskan bahwa nilai-nilai internal, termasuk keyakinan religius, menjadi pendorong utama perilaku individu. Religiusitas mendorong kesadaran spiritual bahwa ZIS bukan hanya kewajiban sosial, tetapi juga bentuk ibadah yang harus ditunaikan secara optimal, termasuk melalui sarana digital yang sah secara syariah. Temuan ini konsisten dengan penelitian Latipah dan Nurjanah (2023) yang menyatakan bahwa religiusitas merupakan determinan utama dalam meningkatkan minat pembayaran zakat digital. Dalam konteks Indonesia yang memiliki tingkat religiusitas tinggi,

digitalisasi tidak mengurangi makna ibadah, melainkan dipersepsikan sebagai sarana modern yang memudahkan pelaksanaan perintah agama. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya berfungsi sebagai faktor spiritual, tetapi juga menjadi modal sosial yang mempercepat adopsi inovasi dalam filantropi Islam.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga ZIS terhadap Minat Membayar ZIS Secara Digital

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan terhadap lembaga ZIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS secara digital. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor krusial dalam transaksi berbasis teknologi, khususnya yang melibatkan dana ibadah. Temuan ini memperkuat Teori Kepercayaan yang menyatakan Mayer et al., (1995) bahwa kepercayaan terhadap integritas, transparansi, dan kompetensi lembaga dapat menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan intensi partisipasi. Dalam konteks ZIS digital, kejelasan laporan keuangan, reputasi lembaga, serta jaminan keamanan transaksi menjadi penentu utama kepercayaan muzakki. Hasil ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu, seperti Abdullah dan Sapiei, (2018), Ginting dan Dahrani (2024), serta Hidayat dan Laela (2022), yang menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh dominan dibandingkan variabel lain. Rendahnya realisasi zakat nasional meskipun potensi besar menunjukkan bahwa persoalan utama bukan semata religiusitas, melainkan kepercayaan institusional. Oleh karena itu, peningkatan transparansi dan akuntabilitas lembaga ZIS digital menjadi strategi fundamental untuk mendorong partisipasi masyarakat secara berkelanjutan.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Membayar ZIS Secara Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS secara digital. Temuan ini menegaskan bahwa aspek teknis aplikasi memainkan peran penting dalam mendorong adopsi pembayaran ZIS digital. Hasil ini sejalan dengan Teori Adopsi Inovasi Rogers (1962) dan konsep Perceived Ease of Use dalam Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa teknologi yang mudah dipahami dan digunakan akan lebih cepat diterima oleh pengguna. Aplikasi ZIS dengan navigasi sederhana, proses transaksi cepat, dan kompatibilitas perangkat mampu mengurangi hambatan psikologis masyarakat terhadap teknologi digital. Penelitian Noviyanti dan Kurniawan (2021) serta Radzi et al., (2025) juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-zakat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memiliki motivasi religius, faktor kenyamanan tetap menjadi pertimbangan rasional dalam memilih saluran pembayaran ZIS. Dengan demikian, kemudahan aplikasi berfungsi sebagai faktor fasilitator yang menjembatani nilai religius dengan praktik digital.

Pengaruh Pemahaman tentang ZIS terhadap Minat Membayar ZIS Secara Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang ZIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS secara digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi dan pengetahuan masyarakat menjadi faktor penting dalam menghilangkan keraguan terhadap keabsahan ZIS digital. Hasil ini sejalan dengan Teori Pembelajaran Sosial Bandura, (1977), yang menyatakan bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui edukasi dan pengalaman akan memengaruhi perilaku individu. Pemahaman mengenai aspek syariah compliance, manfaat digitalisasi, serta keamanan transaksi mampu membentuk persepsi positif terhadap ZIS digital. Penelitian Nugroho dan Pratiwi (2020) serta Beik dan Arsyianti (2019) menegaskan bahwa rendahnya literasi zakat digital menjadi

salah satu penyebab minimnya adopsi platform digital. Dalam konteks masyarakat yang masih menganggap pembayaran langsung lebih “afdal”, edukasi berperan penting dalam meluruskan mitos tersebut. Dengan demikian, pemahaman ZIS digital berfungsi sebagai instrumen kognitif yang memperkuat minat dan keberlanjutan penggunaan platform ZIS digital.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan pemahaman zakat digital terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS secara digital. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat membayar ZIS digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman zakat digital merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat masyarakat, diikuti oleh religiusitas, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kepercayaan terhadap lembaga ZIS digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi zakat digital yang baik akan meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap keabsahan dan manfaat pembayaran ZIS secara digital. Selain itu, faktor religiusitas tetap menjadi landasan utama dalam mendorong perilaku filantropi Islam, sementara kemudahan teknologi dan kepercayaan lembaga berperan sebagai faktor pendukung dalam adopsi layanan digital. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi penghimpunan ZIS digital tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga memerlukan penguatan edukasi ZIS digital, peningkatan transparansi lembaga, serta penguatan nilai-nilai religius masyarakat. Dengan demikian, integrasi antara aspek religius, institusional, dan teknologi menjadi kunci dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap pembayaran ZIS secara digital di Indonesia.

Referensi

- Abdullah, M., & Sapiei, N. S. (2018). Do religiosity, zakat knowledge and trust in zakat institutions influence zakat compliance? *ournal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(3), 366–381. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2016-0096>
- Adam Septyo Ginting, D. (2024). Fakultas Agama Islam Prodi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 10(02), 2398–2407.
- Anggraini, Y. N., & Rachma. (2022). Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 54 - 66, 5, 54–66.
- Annisa Zetira, N. F. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 8 No . 2 September 2021 E - ISSN, 8(2).
- Ashari, M. A., & Susilowati, D. (2023). Effect Knowledge of Zakat As a Tax Deduction, Subjective Norma, and Behavior Control on Taxpayer Compliance Intentions. *Jurnal Investasi*, 9(1), 24–35. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i1.236>
- Bandura, A. (1977). *No Title Theory, Social Learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- BAZNAS. (2023). Laporan pengelolaan zakat nasional.
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2019). Literasi zakat dan pengaruhnya terhadap penghimpunan zakat di Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 11(2327–344).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5 ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The Value of Online Surveys. *Internet Research*, 28(4), 854–887.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R., & Dahrani, D. (2024). Pengaruh literasi zakat, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat secara digital. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam*, 7(1), 45–48.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hidayat, A., & Laela, S. F. (2022). Pengaruh kepercayaan, religiusitas, dan kemudahan penggunaan terhadap minat membayar zakat melalui platform digital. *Al-Muzara'ah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 187–201.
- Latipah, A., & Nurjanah, S. (2023). The Influence of Zakat Literacy, Religiosity, and Trust on the Interest in Paying Zakat Through Digital Platforms in Bandung City. *Ekonomi Islam*.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.2307/258792>
- Noviyanti, R., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 134–145.
- Nugroho, A., & Pratiwi, R. (2020). Pengaruh literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui platform digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(2), 123–135.
- Radzi, R. M., Abdullah, R., & Zainal, N. (2025). Factors influencing intention to use e-zakat platforms: The role of perceived ease of use and trust. *Journal of Islamic Marketing*, 17(1), 88–102.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 1–31. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 ed.). Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296.
- Widowati, N. D. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen), 10(01), 786–798.
- Yusuf, S. H., & Sarasi, V. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Kegunaan , Literasi Zakat , dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Menggunakan Qris (Studi Kasus Pekerja Muslim Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami*, XIII(2), 37–50.