

**PENGARUH TRANSPARANSI, KEPERCAYAAN, PRESEPSI
KEMUDAHAN, DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP MINAT
MUZZAKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE***

(Studi Kasus Pada Muzzaki Di Kota Semarang)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana S1
Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Siska Adelia Putri

NIM : 31402100218

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

2025

Skripsi

Usulan Penelitian Skripsi

PENGARUH TRANSPARANSI, KEPERCAYAAN, PRESEPSI KEMUDAHAN, DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP MINAT MUZZAKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA ONLINE

(Studi Kasus Pada Muzzaki Di Kota Semarang)

Disusun Oleh :

Siska Adelia Putri

NIM : 31402100218

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang
panitia ujian skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 6 Desember 2024

Pembimbing,



Dr. Zainal Alim Adiwijaya. SE., M.si

NIK. 211492005

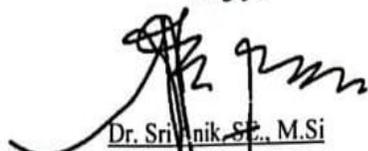
**PENGARUH TRANSPARANSI, KEPERCAYAAN, PRESEPSI
KEMUDAHAN, DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP MINAT
MUZZAKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA ONLINE
(Studi Kasus Pada Muzzaki Di Kota Semarang)**

Disusun Oleh:
Siska Adelia Putri
NIM : 31402100218

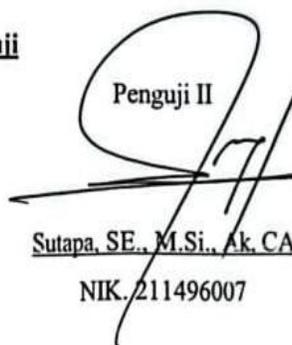
Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 3 Januari 2025

Susunan Dewan Penguji

Penguji I


Dr. Sri Marnik, SE., M.Si
NIK. 210493033

Penguji II


Sutapa, SE., M.Si., Ak. CA
NIK. 211496007

Pembimbing


Dr. Zainal Alim Adiwijaya, SE., M.si
NIK. 211492005

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi Tanggal 26 Juli 2024


Ketera Program Studi Akuntansi
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
Provita Widyandani, S.T., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP
NIK. 211403021

HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI

Nama : Siska Adelia Putri

NIM : 31402100218

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan dan tingkat pendapatan terhadap minat muzaki dalam membayar zakat secara *online*”** (Studi Kasus Pada Muzaki Di Kota Semarang) adalah benar – benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 21 Januari 2025

Yang menyatakan,



Siska Adelia Putri

MOTTO DAN PESEMBAHAN

Motto

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah.

Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan,
jangan kecewakan beliau. Simpan keluh kesahmu, sebab letihmu tidak sebanding
dengan perjuangan mereka menghidupimu”

“Aku membahayakan nyawa ibukku untuk lahir kedunia, jadi tidak mungkin aku
tidak ada artinya”



Persembahan

Tidak ada lembar yang paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur alhamdulillah saya telah menyelesaikan skripsi ini. Rasa syukur dan bahagia yang saya rasakan ini akan saya persembahkan juga untuk orang-orang yang sangat berarti dalam proses perjalanan saya, karena berkat doa dan dukungan dari mereka saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Khususnya teruntuk kedua orang tua saya tercinta yaitu ibu Suhartik dan Bapak Ahmad Rifa'i yang selama ini telah memberikan pengorbanan, doa, dan semangat yang luar biasa tanpa batas kepada saya. Teruntuk adik-adik saya tersayang Helga Octavian Adyaksa dan Rendy Ahmad Athaya terimakasih sudah mendukung apapun yang saya lakukan selama ini. Terimakasih kepada sahabat, teman-teman, dan almamater unissula yang telah memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih kepada diri saya sendiri atas kerja keras, dan semangatnya untuk tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini. Untuk kedepannya raga yang kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerja sama untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik lagi.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*, dengan studi kasus pada muzzaki di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, dilakukan dengan melalui survei yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah para muzakki yang berdomisili atau bertempat tinggal di Kota Semarang. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala linkert dengan skor 1-5. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dan mengolah data adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan variabel transparansi, kepercayaan, dan tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara *online*, sedangkan untuk variabel persepsi kemudahan menunjukkan berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Kata Kunci: **Transparansi, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Tingkat Pendapatan, dan Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Secara Online**



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of transparency, trust, perceived ease, and income level on muzakki's interest in paying zakat online, with a case study on muzakki in Semarang City. This study uses a quantitative approach with an explanatory research method. The sample selection method in this study uses a purposive sampling technique. The data source used in this study uses primary data, conducted through a survey obtained by distributing questionnaires via Google Form to respondents. Respondents in this study were muzakki who are domiciled or reside in Semarang City. The measurement scale used is the linkert scale with a score of 1-5. The analysis technique used to test the hypothesis and process the data is multiple linear regression analysis using the SPSS version 26 application. The results of the study showed that the variables of transparency, trust, and income level did not affect muzakki's interest in paying zakat online, while the variable of perceived ease showed an effect on muzakki's interest in paying zakat online.

Keywords: Transparency, Trust, Perception of Ease, Income Level, and Muzakki's Interest in Paying Zakat Online



INTISARI

Seiring perkembangan kemajuan teknologi, kecenderungan masyarakat lebih memilih melakukan semua kegiatannya secara *online*, hal ini dimanfaatkan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk melakukan upaya digitalisasi pengumpulan zakat digital melalui penerapan *financial technology*. Zakat *online* adalah sebuah platform layanan sistem teknologi informasi yang menghubungkan antara muzakki dengan pihak pengelola zakat atau amil zakat. Dengan menggunakan platform zakat *online* mempermudah proses pembayaran zakat karena tidak perlu lagi repot-repot untuk datang langsung ke lembaga amil zakat. Selain itu keuntungan yang didapatkan dengan adanya platform zakat *online* muzakki dapat melihat informasi mengenai laporan pendistribusian dana zakatnya, dan muzakki dapat melakukan pembayaran zakat dimana saja dan kapan saja selama ada akses internet. Dengan semua upaya yang telah dilakukan OPZ mengenai pembayaran zakat yang lebih mudah dan praktis dengan melalui platform digital, tetapi masih banyak masyarakat yang masih belum mengetahui tentang kemajuan layanan zakat. Masyarakat juga masih menerapkan kebiasaan faktor sosial budaya yang lebih melakukan semua aktivitas transaksi secara langsung daripada harus *online*, dan hal ini memiliki keterkaitan juga dengan aktivitas berzakat masyarakat lebih memilih melakukan zakat secara langsung kepada badan penerima zakat yang terdapat didekat rumah daripada harus melakukan zakat secara *online* karena lebih memiliki kemantapan pada diri sendiri dan kemantapan hati sehingga dalam hal ini muzakki masih enggan untuk membayar zakat secara *online* apalagi ke Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

faktor-faktor yang memengaruhi minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* di Kota Semarang, dengan fokus pada variabel transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu muzzaki yang bertempat tinggal di Kota Semarang yang dilihat dari peta domografi kota semarang, dengan jumlah sampel yang dihasilkan sebanyak 100 responden yang dihitung dengan menggunakan metode perhitungan slovin. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner dengan *google form* yang telah diisi oleh responden. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala linkert dengan skor 1-5. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dan mengolah data adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi, kepercayaan, dan tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara *online*, sedangkan untuk variabel persepsi kemudahan menunjukkan berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas nikmat, rahmat, dan karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Presepsi Kemudahan, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Secara Online (Studi Kasus Pada Muzzaki Di Kota Semarang)”**. Penyusunan usulan penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Sarjana (S1) dan mencapai gelar Sarjana Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak yang sangat bermanfaat. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Zaenal Alim Adiwijaya, SE, MSi Ak, CA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan baik dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis dalam Menyusun skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff karyawan fakultas ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Kedua orang tua, adik-adikku tersayang, mbah kakung, mbah putri, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, perhatian, dan dukungan baik materil maupun non materil kepada penulis agar skripsi ini terselesaikan.
6. Kepada diri sendiri, Siska Adelia Putri. Terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih sudah kuat sampe akhir, dan berbahialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada Adelia.
7. Entik, Marsa, Soraya, Dewi, Hanela yang selalu mendukung, memberi dorongan, motivasi, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama proses mengerjakan skripsi ini.
8. Semua teman-teman seperjuangan prodi S1 Akuntansi Angkatan 2021 yang telah memberi motivasi dan kesan yang tidak pernah terlupakan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 6 Desember 2024

Penulis



Siska Adelia Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
INTISARI.....	IX
KATA PENGANTAR	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVII
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Grand Teori	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	14
2.2 Definisi Zakat Online	15
2.2.1 Zakat Online.....	15
2.2.2 Pandangan Hukum Islam Dalam Zakat Online.....	16
2.2.3 Zakat Profesi	17
2.2.4 Zakat Maal	18
2.3 Variabel Penelitian	19
2.3.1 Transparansi	19
2.3.2 Kepercayaan.....	20
2.3.3 Presepsi Kemudahan	21
2.3.4 Tingkat Pendapatan.....	21
2.3.5 Minat membayar zakat secara <i>online</i>	22
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Pengembangan Hipotesis	29

2.5.1	Hubungan transparansi terhadap minat muzaki membayar zakat secara <i>online</i>	29
2.5.2	Hubungan kepercayaan terhadap minat muzaki membayar zakat secara <i>online</i>	30
2.5.3	Hubungan persepsi kemudahan terhadap minat muzaki membayar zakat secara <i>online</i>	31
2.5.4	Hubungan tingkat pendapatan terhadap minat muzaki membayar zakat secara <i>online</i>	33
2.6	Kerangka Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.3	Teknik Sampling	39
3.4	Jenis dan Sumber data	39
3.4.1	Jenis Data	39
3.4.2	Sumber Data.....	39
3.5	Metode Pengumpulan Data	40
3.6	Skala Pengukuran.....	41
3.7	Definisi Variabel	41
3.8	Definisi Operasional.....	42
3.9	Teknik Analisis Data	46
3.9.1	Analisis Deskriptif	46
3.9.2	Uji Instrumen Penelitian	46
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.4	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.9.5	<i>Uji Goodness of Fit</i> (Uji F).....	51
3.9.6	Uji R ² (Koefisien Determinan).....	51
3.9.7	Uji Hipotesis (Uji T)	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Deskripsi Sampel Penelitian.....	53
4.2	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1	Deskriptif Variabel Transparansi (X1)	60
4.2.2	Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2)	61
4.2.3	Deskriptif Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X3).....	62

4.2.4	Deskriptif Variabel Tingkat Pendapatan (X4)	63
4.2.5	Deskriptif Variabel Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)	64
4.3	Uji Instrumen penelitian	64
4.3.1	Uji Validitas	65
4.3.2	Uji Reliabilitas	66
4.4	Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1	Uji Normalitas	67
4.4.2	Uji Multikolinearitas	68
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	69
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.5.1	Model Regresi Linier Berganda	70
4.6	<i>Uji Goodness of Fit</i> (Uji F)	74
4.7	Uji R ² (Koefisien Determinan)	75
4.8	Uji Hipotesis (Uji t)	75
4.9	Hasil dan Pembahasan	78
4.9.1	Pengaruh Transparansi terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online	78
4.9.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online	80
4.9.3	Pengaruh Presepsi Kemudahan terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online	82
4.9.4	Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online	84
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Keterbatasan	87
5.3	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN - LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Platform Yang Disediakan Organisasi Pengelola Zakat Untuk Mendorong Zakat Digital.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	43
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner.....	53
Tabel 4. 2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	57
Tabel 4. 7 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Transparansi (X1). 60	
Tabel 4. 8 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X2) 61	
Tabel 4. 9 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Kemudahan (X3)	62
Tabel 4. 10 Deskriptif Tanggapan Responden Variabel Tingkat Pendapatan (X4)....	63
Tabel 4. 11 Deskriptif Tanggapan Responden Variabel Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)	64
Tabel 4. 12 Uji Validitas	65
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 15 Uji Multikoleneralitas	69
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4. 17 Model Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 18 Uji Goodness of Fit (Uji F).....	74
Tabel 4. 19 Uji R ² (Koefisien Determinan)	75
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis (Uji t).....	76

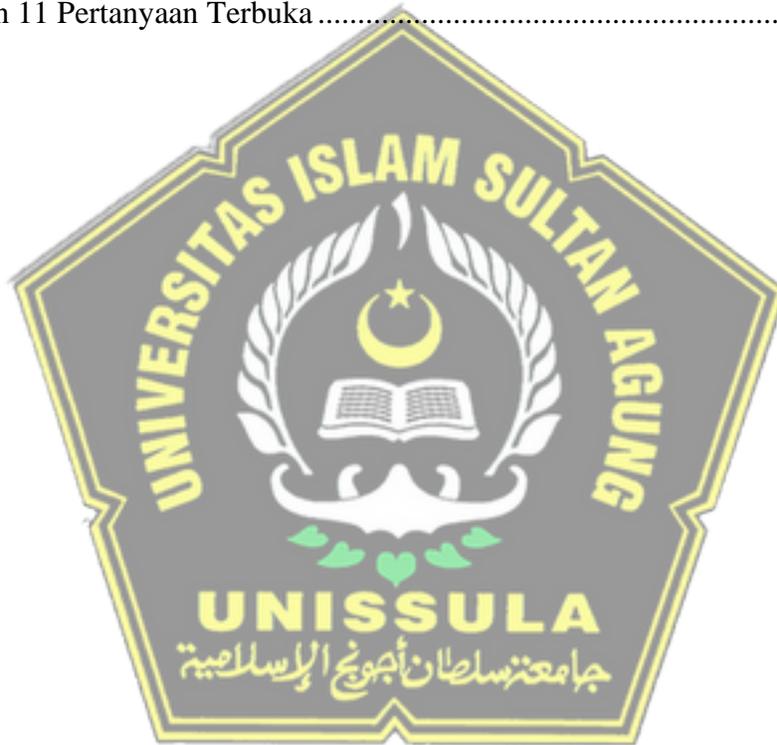
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gap Realisasi dan Potensi Zakat Nasional 2013-2023	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 2018-2023	4
Gambar 1. 3 Indeks Kesiapan Digital Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	35



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1. Koesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	102
Lampiran 3. Hasil Analisis Objek Penelitian	114
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif	116
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen Penelitian	118
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	122
Lampiran 7. Regresi Linier Berganda.....	123
Lampiran 8. Uji Goodness of Fit (Uji F).....	124
Lampiran 9. Uji R2 (Koefisien Determinan)	124
Lampiran 10. Uji Hipotesis (Uji T).....	124
Lampiran 11. Pertanyaan Terbuka	125



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang sulit dihadapi dan juga sangat krusial dibanding masalah – masalah lainnya. Permasalahan kemiskinan bukanlah hal yang mudah untuk diselesaikan, karena kemiskinan adalah bukti kekuasaan Allah bahwa dengan kemiskinan Allah ingin mengetahui sejauh mana kepedulian hamba-Nya yang diberi harta untuk dapat berbagi dengan yang berkekurangan. Islam menggambarkan umat muslim sebagai suatu batang tubuh yang semua anggota dan bagiannya berkaitan dengan bagian yang lain. Bahkan Islam menekankan adanya hubungan saling tolong menolong di dalam lingkungan sosial umatnya (Amalia & Widiastuti, 2020). Salah satu cara yaitu mendukung manusia yang mampu mendonasikan hartanya kepada yang membutuhkan dalam bentuk iuran berzakat, infaq, dan sedekah (ZIS). Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) merupakan strategi untuk membantu masyarakat keluar dari kemiskinan. Adanya zakat mampu mensejahterakan masyarakat dan tidak menutup kemungkinan tingkat kemiskinan akan berkurang (Muafi et al., 2022).

Zakat adalah salah satu ibadah yang dilakukan oleh seseorang yang beragama Islam yang dimana tujuannya dapat membersihkan harta yang dimiliki, dengan cara memberikan sebagian harta kita kepada golongan yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan-Nya. Zakat merupakan rukun islam yang ketiga, sebagaimana zakat sebagai rasa bentuk syukur atas nikmat Allah SWT yang telah diberikan kepada umat

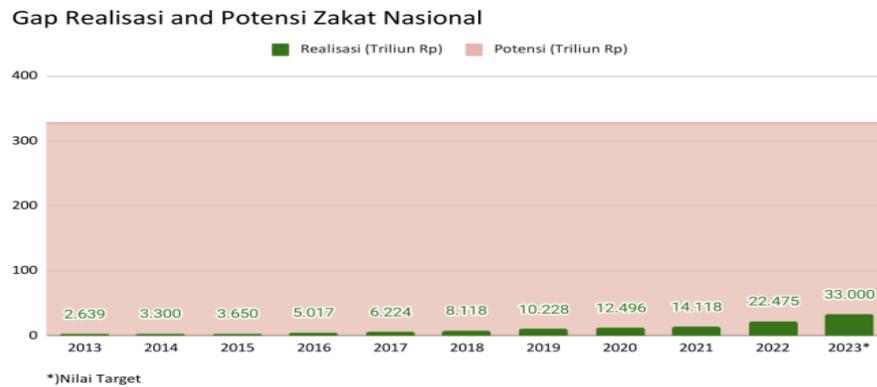
manusia. Zakat tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, tetapi memiliki posisi yang sangat penting, strategis dan menentukan, baik itu yang dilihat dari sisi ajaran islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat (Muafi et al., 2022). Perintah melaksanakan zakat ada dalam Al-Qur'an, antara lain terdapat pada surat An-Nuur: ayat 56:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاطِيعُوا الرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: "Dan laksanakanlah sholat, tunaikanlah zakat, dan taatlah kepada Rasul Muhammad agar kamu diberi rahmat" (Qs.An-nuur : 56).

Zakat memiliki peran penting dalam aspek sosial guna mewujudkan kesejahteraan dunia dan akhirat. Potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 217,3 Triliun setiap tahunnya (Outlook Zakat Indonesia 2022).

Jumlah pengumpulan zakat menjadi indikator utama dalam melihat bagaimana perkembangan kinerja pengelolaan zakat dari masa ke masa. Rata-rata pertumbuhan pengumpulan zakat selama satu dekade terakhir tercatat sebesar 34,5%. Jika target pengumpulan zakat sebesar Rp33 triliun di tahun 2023 tercapai, maka potensi zakat yang diproyeksikan sebesar Rp327,6 triliun baru akan tercapai sebesar 10% di tahun 2023 (Outlook Zakat Indonesia 2024).



Gambar 1.1 Gap Realisasi dan Potensi Zakat Nasional 2013-2023

Sumber: BAZNAS, diolah (2023)

Berdasarkan Survei yang dilakukan BAZNAS pada tahun 2019-2022, estimasi jumlah pengumpulan ZIS partisipasi masyarakat Non-OPZ tahun 2020 sebesar Rp61.258.712.487.476 mengalami peningkatan sebesar 5,10% dari tahun 2019 yang jumlahnya sebesar Rp58.286.927.636.780. Jika rata-rata jumlah pengumpulan ZIS partisipasi masyarakat Non-OPZ sebesar Rp60 triliun per tahunnya, maka kinerja pengadministrasian ZIS DSKL di luar neraca baru mencapai 26% di tahun 2022 (Outlook Zakat Indonesia 2024).

Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi, masyarakat juga semakin berkembang. Kehadiran internet memberikan manfaat bagi pengguna agar lebih efektif dan efisien dalam beraktivitas. Perkembangan teknologi digital saat ini mengakomodir berbagai bidang kehidupan. Berbagai kemudahan dari perkembangan teknologi dapat kita rasakan dan memberikan pengaruh baik bagi masyarakat terutama bidang ekonomi (Muafi et al., 2022).



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 2018-2023

Sumber: We Are Social, diolah (2023)

Kecenderungan masyarakat, yang lebih memilih melakukan transaksi secara *online*, dimanfaatkan Organisasi Pengelola Zakat untuk melebarkan sayapnya dengan melakukan upaya digitalisasi pengumpulan zakat digital melalui penerapan *Financial Technology (Fintech)* (BAZNAS, 2021).

Fadhilah (2018) dalam penelitiannya menjelaskan *Financial Technology (Fintech)* merupakan suatu inovasi dalam sektor keuangan yang memberikan kemudahan dan proses yang cepat dalam penggunaan layanan keuangan. Hal ini membuat konsep penghimpunan dana secara sosial berbasis digital, khususnya dengan memanfaatkan platform digital sebagai salah satu strategi komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian sasaran sesuai dengan segmentasi program. Kemajuan teknologi saat ini benar-benar telah diakui dan dirasakan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan umat manusia. Hal ini juga berpengaruh terhadap pengembangan praktik dalam tradisi Islam melalui zakat, infaq, instrument pokok ajaran Islam dan memiliki keutamaan yang sama dengan ibadah shalat.

Financial Technology (Fintech) muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat dan praktis. Dengan *Financial Technology (Fintech)* permasalahan dalam transaksi jual beli atau pembayaran dapat diminimalkan (Wahyuni et al., 2022).



Gambar 1. 3 Indeks Kesiapan Digital Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia

Sumber: BAZNAS, diolah (2021)

Berdasarkan hasil survei Indeks Kesiapan Digital pada Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia tahun 2021, dimensi pelaporan mendapatkan nilai indeks paling tinggi dibandingkan dengan dimensi pengumpulan dan pendistribusian & pendayagunaan. Dengan demikian, pendekatan pelaporan dapat kita gunakan lebih lanjut untuk meninjau serta melihat peluang transformasi digital pada aspek pengelolaan zakat secara menyeluruh (Outlook Zakat Indonesia 2024).

Dalam penelitian uswatun hasanah (2021) menjelaskan seiring dengan perkembangan teknologi dan terjadinya wabah yang melanda Indonesia, membuat organisasi-organisasi penerima zakat menyesuaikan dengan perkembangan saat ini. Pertumbuhan penerimaan zakat dari tahun ketahun terus tumbuh hal ini menunjukkan

kesadaran masyarakat semakin meningkat dalam membayar zakat, selain itu faktor wabah covid-19 mengarahkan masyarakat untuk membayar zakatnya secara *online*. Dalam kesiapan untuk menerima zakat *online*, Organisasi Pengelola Zakat telah menyediakan banyak sekali platform *online* yang dapat diakses oleh masyarakat. Ada lima platform yang disediakan Organisasi Pengelola Zakat untuk mendorong zakat digital.

Tabel 1. 1 Platform Yang Disediakan Organisasi Pengelola Zakat Untuk Mendorong Zakat Digital

No	Basis	Nama
1.	BAZNAS Platform	melalui website BAZNAS, dan program aplikasi bernama Muzaki Corner.
2.	Commercial Platform, layanan Fintech	Organisasi Pengelola Zakat mengembangkan kerja sama dengan e-commerce, seperti Lazada, Shopee, Blibli, Elevenia, JD.ID, OVO, Gopay, Linkaja, dan lainnya.
3.	Social Media Platform	Organisasi Pengelola Zakat mendorong iklan dan kampanye melalui sosial media untuk mengajak masyarakat berzakat, seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya
4.	Innovative Platform	Organisasi Pengelola Zakat membuat pelayanan yang sifatnya inovasi yaitu melalui QR code.
5.	Artificial Intelligence Platform	Organisasi Pengelola Zakat dalam berkampanye menggunakan Chatbot pada aplikasi LINE bernama Zavira (Zakat Virtual Assistant) yang dapat ditemui di aplikasi LINE dengan nama akun @baznasindonesia, dan juga donasi menggunakan Augmented Reality. Aplikasi ini memungkinkan para user me-scan setiap logo BAZNAS yang ditemui.

Sumber: BAZNAS 2021 (Diolah)

Seiring dengan kemunculan perusahaan-perusahaan *Financial Technology* (*Fintech*) atau dalam Bahasa dikenal dengan istilah teknologi finansial, praktik manajemen zakat khususnya pengumpulan ZIS telah banyak melibatkan perusahaan-perusahaan tersebut. Hal ini merupakan inovasi yang sangat baik dari Organisasi Pengelola Zakat dalam memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Dengan adanya terobosan dalam pembayaran zakat secara *online* dengan sistem pembayaran QRIS dapat digunakan untuk penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah pada Lembaga zakat. Maka, pembayaran zakat, infak, dan sedekah kini bisa lebih mudah, di manapun dan kapanpun bisa langsung membayar zakat dengan resiko kejahatan yang rendah seperti penipuan uang palsu, tanpa harus datang langsung ke kantor, dan dengan cara sistem berbayar non tunai *QRIS* ini tidak lagi menggunakan uang tunai atau cashless. Terutama untuk generasi milenial dan generasi Z. Terkait dengan perkembangan digitalisasi tersebut diharapkan memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan pembayaran zakat menggunakan platform *online*.

QRIS mempermudah untuk penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah pada Lembaga zakat. Penghimpunan menempati peran penting dalam serangkaian kegiatan pengelolaan zakat. Hal ini disebabkan karena sumber dana zakat, infak, dan sedekah adalah dari Muzakki. Sehingga kegiatan pentasyarufan yang meliputi pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat, infak, dan sedekah terhadap Mustahik tidak dapat dilaksanakan jika tidak didahului dengan kegiatan penghimpunan. Tanpa adanya penghimpunan, program Lembaga zakat tidak akan berjalan dengan semestinya.

Dalam penelitian Nasution (2020) pandemi covid-19 memiliki peranan penting dalam beralihnya muzaki menuju zakat secara *online*. Tidak dapat dipungkiri bahwa pandemic covid-19 memberikan akselerasi perpindahan dari pengumpulan zakat secara tradisional yang mengharuskan terjadinya tatap muka secara langsung menuju penghimpunan zakat digital yang dipermudah dengan simpisitas penggunaan aplikasi yang dapat memangkas waktu kerja menjadi lebih singkat. Dengan semua upaya yang telah dilakukan dalam pengelolaan zakat dengan mengikuti perkembangan teknologi didalam sistem digital dan apabila masyarakat telah memahami, dan mengetahui fitur, sistem kerja, dan manfaat yang didapatkan dari zakat *online* maka masyarakat akan berminat untuk melakukan zakat secara *online* dikarenakan dapat mempermudah dan lebih praktis.

Dari penelitian (Wahyudi et al., 2024) yang berjudul “*The Role of Digital Media Against Zakat Fundraising in The Perspective of Sharia Economic Law (Research Study at the IZI Institute)*” Dalam jurnal tersebut penulis memberikan kesimpulan bahwa penerapan dana zakat berbasis media digital sangat menarik, bervariasi, dan inovatif, hal ini dilihat dari tampilan pada akun media digital dan media social. Dalam media digital memberikan edukasi tentang zakat, ajakan berzakat secara *online*, manfaat zakat, dan tampilan manfaat program yang dijalankan dari dana zakat. Dengan semua hal yang sudah diupayakan dalam media digital tentang berzakat *online* maka masyarakat akan merasa lebih berminat melakukan berzakat dengan *online* karena merasa lebih mudah dan praktis. Selain itu, zakat *online* juga bekerja sama dengan platform *e-commerce* atau biasa disebut zakat *pedia*, sehingga masyarakat yang

berbelanja atau bertransaksi jual beli memberikan kemudahan dan efektifitas peningkatan penghimpunan zakat. Akan tetapi penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Anggraini & Indrarini, 2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital” yang membuktikan zakat *online* tidak berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam melakukan zakat disebabkan karena masih minimnya pengetahuan, tingkat literasi, pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap zakat digital serta adanya faktor sosial budaya yang masih cenderung lebih suka melakukan transaksi secara konvensional atau secara langsung. Selain hal tersebut timbulnya keraguan terhadap sah atau tidaknya membayar zakat secara *online*, oleh sebab itu banyak masyarakat lebih memilih membayar zakat secara langsung kepada badan penerima zakat yang terdapat didekat rumah karena ada rasa kemantapan dalam hati sehingga tidak terjadi kekhawatiran mengenai hukum melakukan zakatnya.

Dari pemaparan yang telah dijelaskan diatas menunjukkan terdapat perbedaan kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan meneliti beberapa faktor dari variabel yang diajukan seperti transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan. Muzzaki masih belum sepenuhnya yakin dengan melakukan zakat secara *online* karena masih terdapat keraguan terhadap keterbukaan informasinya apakah lengkap dan disampaikan secara detail. Masyarakat juga kurang adanya keyakinan dan kemantapan dalam diri baik terhadap Organisasi Pengelola Zakat maupun fitur e-zakat untuk melakukan zakat *online*. Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mengeoperasikan sistem digital untuk menyalurkan

zakatnya dikarenakan kurangnya sosialisasi penggunaan e-zakat dari Organisasi Pengelola Zakat kepada masyarakat, dan minim akses informasi serta masih lemahnya adaptasi teknologi berbasis digital oleh orang yang minim akan penggunaan teknologi. Orang yang memiliki pendapatan yang dianggapnya selalu kurang terkadang enggan untuk menyalurkan zakatnya secara *online* dikarenakan malu dengan zakat yang akan mereka salurkan itu tidak seberapa. selain itu, timbul rasa kekhawatiran terhadap sah atau tidaknya membayar zakat secara *online*. Masyarakat juga masih menerapkan kebiasaan faktor sosial budaya yang lebih melakukan semua aktivitas transaksi secara langsung daripada harus *online*, dan hal ini memiliki keterkaitan juga dengan aktivitas berzakat masyarakat lebih memilih melakukan zakat secara langsung kepada badan penerima zakat yang terdapat didekat rumah daripada karena lebih memiliki kemantapan pada diri sendiri daripada harus melakukan zakat *online*, padahal Organisasi Pengelola Zakat telah memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan adanya zakat *online* tersebut.

Berdasarkan penguraian yang telah dijelaskan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Presepsi Kemudahan, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online” (Studi Kasus Pada Muzzaki Di Kota Semarang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas adapun pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah transparansi berpengaruh terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*?
4. Apakah tingkat pendapatan berpengaruh terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh transparansi terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*.

4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat muzzaki Di Kota Semarang dalam membayar zakat secara *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan sumber acuan untuk pengembangan penelitian berikutnya, terkait implementasi serta pengembangan zakat, terutama terkait dalam bidang penggunaan atas penerapan teknologi.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti :

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan mengenai komponen yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital atau secara *online*

2. Bagi masyarakat :

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan masyarakat dalam membayar zakat yang lebih mudah yaitu menggunakan platform digital atau secara *online*.

3. Bagi akademisi :

Penelitian ini diharapkan mampu untuk mengembangkan kajian pembelajaran serta sapat dijadikan rujukan oleh peneliti selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan dan sudut pandang dari penelitian-penelitian yang berbeda.

4. Bagi Lembaga pengelola zakat:

Diharapkan dapat dijadikan pengetahuan, presepsi baru, dan sumber informasi yang dapat dijadikan untuk meningkatkan pengembangan fungsional.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Grand Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

Menurut Azwar (2011:11) teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) merupakan perluasan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein pada tahun 1980. Ajzen dan Fisbein mengembangkan teori perilaku terencana dengan menambah konstruk yang belum ada di *Theory Of Reasoned Action* yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Teori perilaku terencana bertujuan untuk memprediksi dan memahami dampak dari niat berperilaku, mengidentifikasi strategi untuk merubah suatu perilaku serta menjelaskan perilaku nyata manusia. Teori perilaku terencana mengansumsi bahwa manusia yang bersifat rasional akan menggunakan informasi yang ada secara sistematis kemudian memahami dampak perilakunya sebelum memutuskan untuk mewujudkan perilaku tersebut. Teori ini berdasarkan dalam perspektif keyakinan yang bisa mempengaruhi seorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu. Perspektif persuasi dilakukan dengan cara memasukkan aneka macam sifat, kualitas, dan atribut informasi tertentu yang membentuk suatu tindakan (Ii & Teori, 2011).

Menurut Wikamorys & Rochmach (2017) menerangkan bahwa sikap terhadap perilaku, norma, dan persepsi pengendalian diri akan menimbulkan niat untuk melakukan sesuatu hal. Implikasi menurut *Theory Of Planned Behavior* dalam

penelitian ini merupakan pengaruh transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan dan tingkat pendapatan terhadap muzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Transparansi yang baik sebuah Lembaga Pengelola Zakat akan memengaruhi tingkat kepercayaan maka minat seseorang untuk menunaikan zakat menggunakan fitur *online*. Pada persepsi kemudahan semakin muzaki mengenal tentang fitur dan manfaat media elektronik yang tidak akan merepotkan diri sendiri maka muzaki akan menunaikan kewajibannya juga dalam berzakat dengan menggunakan platform *online* karena tidak harus repot-repot datang ke badan amil zakat. Pada tingkat pendapatan apabila muzaki dalam menerima pendapatan dirasa cukup atau bahkan dianggap lebih dari cukup sebagai umat islam akan tergerak niat atau merencanakan sesuatu untuk menyumbangkan sedikit dari hartanya guna untuk mensucikannya harta yang dimilikinya melalui amal atau menunaikan zakat.

2.2 Definisi Zakat Online

2.2.1 Zakat Online

Secara harfiah, zakat berarti "pembersihan", "pemurnian", atau "pemberian yang diwajibkan". Zakat merupakan kewajiban memberikan sebagian dari harta kekayaan kepada orang-orang yang berhak menerima, sesuai dengan ketentuan agama Islam. Menunaikan zakat juga cara untuk membersihkan harta seseorang dari sifat-sifat yang tidak baik, seperti keserakahan, kikir, dan kecenderungan untuk menumpuk harta. Dengan memberikan zakat secara rutin, seseorang diharapkan dapat membersihkan dan menyucikan hartanya (Yena Widiawati, 2023).

Pada era modern saat ini, hampir setiap kegiatan manusia mengalami perkembangan dari cara konvensional menjadi berbasis teknologi yang dapat dilakukan di mana saja dengan memanfaatkan jaringan internet. salah satu pemanfaatan perkembangan teknologi adalah masyarakat dapat melakukan pembayaran zakat, infaq maupun sedekah (ZIS) melalui zakat *online* atau disebut *e-zakat*. *E-zakat* adalah proses dimana pembayaran zakat dilakukan melalui sistem digital yang memakai jaringan internet, dimana pemberi zakat tidak bertemu langsung dengan pengumpul zakat (amil zakat) dalam melakukan pembayaran zakat. Membayar zakat secara *online* memberikan manfaat seperti dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat, dan memudahkan amil zakat untuk mengetahui jumlah serta dapat mengontrol pendistribusian zakat dengan mudah (Wiharjo, 2019).

2.2.2 Pandangan Hukum Islam Dalam Zakat Online

Kebutuhan masyarakat yang semakin banyak, dan membutuhkan solusi yang sesuai dalam menyelesaikannya termasuk dalam pembayaran zakat yang biasanya dilakukan secara langsung. Pembayaran zakat secara *online* merupakan pengembangan dari pembayaran zakat secara langsung. Tujuan dari pengembangan zakat secara *online*, untuk mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat (Uyun, 2022).

Menurut Syaikh Yusuf Al-Qardhawi, dalam fiqh az-zakat nya berpendapat bahwa seorang pemberi zakat tidak harus menyatakan secara eksplisit kepada mustahik bahwa dana yang ia berikan adalah zakat. Oleh karena itu, apabila seorang muzakki (pemberi zakat) tanpa menyatakan kepada penerima zakat bahwa uang yang ia serahkan adalah zakat, maka zakatnya tetap sah. Dengan demikian, seseorang bisa

menyerahkan zakatnya secara *online* kepada lembaga amil zakat . Pembayaran zakat secara *online* juga dapat memudahkan seseorang yang mau membayarkan zakatnya sehingga bisa membayar zakat bisa tepat pada waktunya dan tidak menunda-nunda lagi, ini sesuai dengan (Q.S. Al-Baqarah [2]: 185) sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 185)

2.2.3 Zakat Profesi

Zakat profesi adalah zakat yang dikeluarkan dari penghasilan atau hasil profesi bila telah sampai pada nisabnya. Menurut Yusuf al- Qardhawi, Zakat profesi adalah zakat yang di keluarkan dari hasil apa yang di peroleh dari pekerjaan dan profesinya. Misalnya pekerjaan yang menghasilkan uang baik itu pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa tergantung dengan orang lain, berkat kecekatan tangan ataupun otak (professional), maupun pekerjaan yang dikerjakan seseorang buat pihak lain baik pemerintah, perusahaan, maupun perorangan dengan memperoleh upah yang diberikan, dengan tangan, otak, ataupun keduanya. Penghasilan dari pekerjaan seperti itu berupa gaji, upah, ataupun honorarium. Yang demikian itu apabila sudah mencapai nisabnya dan haulnya pendapatan yang ia hasilkan harus di keluarkan zakatnya. cantolan fiqh yang sah terhadap penghasilan adalah mal mustafad (harta perolehan). Karena banyak orang yang memperoleh gaji dan pendapatan dalam bentuk uang, maka menetapkan nishab gaji berdasarkan nishab uang yang setara dengan nilai 85 gram

emas, dan zakat tersebut diambil dari gaji atau pendapat bersih. Dalam soal zakat gaji tidak disyaratkan adanya haul, tetapi zakatnya harus ditunaikan ketika gaji itu diterima sebesar 2,5 % (Anim et al., 2021). Sedangkan Dari berbagai pendapat dinyatakan bahwa landasan zakat profesi dianalogikan kepada zakat hasil pertanian yaitu dibayarkan ketika mendapatkan hasilnya, demikian juga dengan nishabnya yaitu sebesar 524 kg makanan pokok, dan dibayarkan dari pendapatan kotor (Hendarsyah, 2013).

2.2.4 Zakat Maal

Maal atau harta adalah segala sesuatu yang diinginkan oleh manusia untuk dimiliki, dimanfaatkan dan juga disimpan. Sesuatu inilah yang perlu dikeluarkan zakatnya jika sudah memenuhi syarat dan rukunnya. Zakat mal atau zakat harta adalah zakat yang harus dibayarkan untuk menyucikan harta kita. Zakat mal hanya dibebankan kepada orang yang telah mampu serta mencapai nisab yang telah ditentukan dan waktu kepemilikannya telah sampai kepada haul (satu tahun). Zakat mal telah difardukan Allah Swt. Sejak permulaan Islam, sebelum Nabi Muhammad berhijrah ke kota Madinah. Adapun syarat zakat maal yaitu milik penuh, bukan milik bersama, berkembang artinya harta tersebut bertambah atau berkurang bila diusahakan atau mempunyai potensi untuk berkembang, cukup nisabnya atau sudah mencapai nilai tertentu, cukup haulnya atau sudah lebih satu tahun, lebih dari kebutuhan pokok, dan bebas dari hutang. bahwa tidak semua bentuk harta terkena wajib zakat, berikut beberapa yang terkena wajib zakat adalah binatang ternak, emas dan perak, hasil perniagaan, hasil pertanian, hasil laut, hasil bumi, harta karun. Jadi, zakat mal adalah

zakat yang wajib dibayarkan oleh seorang muslim yang telah mampu serta mencapai nisab yang telah ditentukan dan waktu kepemilikannya telah sampai kepada haul (satu tahun) untuk menyucikan harta yang dimiliki (Iv et al., 2022).

2.3 Variabel Penelitian

2.3.1 Transparansi

Konsep dari transparansi dalam perspektif Islam adalah dilaksanakan dalam bentuk pengungkapan fakta mengenai kondisi keuangan dan ketersediaan informasi yang akurat dan terbuka bagi pengguna dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi tersebut dan hal ini dapat mendukung penghimpunan zakat sebagai salah satu pilar dalam ajaran Islam. Dengan kata lain, Organisasi pengelolaan zakat harus bersifat transparan/terbuka terhadap muzakki. Fakta/kegiatan pengelolaan zakat termasuk informasi harus mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut (Yusra & Riyaldi, 2020).

Upaya mengimplementasikan transparansi dalam pengelolaan zakat diperlukan sebagai upaya menciptakan sistem pengendalian yang baik antara lembaga pengelola zakat dan pemangku kepentingan. Hal ini tidak hanya melibatkan internal lembaga pengelola zakat, tetapi juga pihak eksternal yaitu muzakki atau masyarakat luas. Pada akhirnya implementasi transparansi berdampak menghilangkan kecurigaan dan ketidakpercayaan masyarakat. Transparansi juga berkaitan dengan keterbukaan informasi tentang penerima zakat, penggunaan dana zakat, serta proses dan hasil dari pengelolaan zakat.

Terciptanya transparansi akan mampu memberikan akibat yang baik bagi pengawasan organisasi. Tentunya hal ini akan mensugesti dan mendorong muzakki buat memilih lembaga zakat. Transparansi akan menjalin hubungan saling percaya antara komunitas muzakki menggunakan pengelola zakat. Pada Islam, konsep transparansi erat kaitannya dengan kejujuran. Dalam menyampaikan info, instansi wajib amanah, dalam hal ini organisasi publik tidak menyembunyikan apapun kepada masyarakat (Atmaja et al., 2022).

2.3.2 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang diperoleh seorang dari orang lain berdasarkan pengalaman yang didapatkan (Ramadhani & Hapsari, 2022). Kepercayaan berkaitan erat dengan konsep kredibilitas. Kepercayaan diartikan sebagai keyakinan atau kepercayaan pada integritas, karakter, dan kemampuan seorang pemimpin (Safitri & Suryaningsih, 2022). Kepercayaan menurut islam juga didasari karena adanya kejujuran didalamnya yang dapat membuat seseorang itu yakin dan percaya untuk menjalankannya. Dalam hal ini adalah kepercayaan muzakki terhadap suatu lembaga amil zakat dalam menyalurkan dana zakat mereka. Kepercayaan juga adalah suatu hal yang dapat dipahami dan diyakini sepenuh hati agar dapat mendatangkan manfaat yang besar bagi lembaga amil zakat serta kebaikan yang tidak akan putus. Kepercayaan adalah hal yang sangat penting dalam pertukaran sebuah hubungan antara lembaga amil zakat dengan muzakki (Mulyana et al., 2019).

2.3.3 Presepsi Kemudahan

Persepsi merupakan proses seseorang mengetahui tentang beberapa hal melalui pencarian yang dilakukannya. Seperti halnya persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk dipahami maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan atau sulit dipahami maka orang tersebut tidak akan menggunakannya (Attaqi et al., 2022). Dalam hal ini zakat *online* memudahkan muzaki dalam menunaikan zakat karena tidak harus datang langsung pada badan badan amil zakat cukup menggunakan system yang telah disediakan oleh BAZNAS. Menurut (Davis, 2019) Beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), fleksibel (*flexible*), mudah digunakan (*easy to use*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*).

2.3.4 Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu kompensasi yang didapatkan atau diperoleh seorang guna melalui berbagai aktivitas pekerjaan yang akan sesuai dengan syariah oleh seorang dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup. Ajaran Islam ini telah

mewajibkan setiap harta atau kekayaan yang telah didapatkan oleh seseorang wajib hukumnya untuk dizakatkan. Adapun beberapa contoh yang dapat dilihat dari kewajiban zakat adalah antara lain pendapatan dari hasil pertanian, dari hasil barang tambang, serta pendapatan dari hasil pekerjaan lainnya, seperti gaji/upah, honorarium dan hasil-hasil lain yang didapatkan dari berbagai pekerjaan yang halal dan dari hasil perdagangan (Nugraheni & Muthohar, 2021). Seluruh penghasilan pendapatan yang diperoleh dengan cara yang halal dan baik maka wajib untuk mengeluarkan zakat atas penghasilan tersebut apabila telah melampaui nishab sebesar 85 gram emas atau 522 kg beras dalam satu tahun. Pendapatan umat muslim memiliki pengaruh yang besar dalam membayar zakat, karena pendapatan mempunyai ikatan ketika sudah mencapai nisab atau belum dan itu berpengaruh terhadap seberapa banyak zakat yang harus dikeluarkan oleh muzakki (Attaqi et al., 2022). Adapun indikator-indikator pendapatan adalah pendapatan mutlak milik sendiri, pendapatan lebih atau pendapatan telah mencapai nisab.

2.3.5 Minat membayar zakat secara *online*

Minat merupakan “perhatian, kesukaan, keinginan atau kecendrungan hati terhadap sesuatu. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut. Namun, apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka orang itu tidak akan memiliki minat atas objek tersebut. Oleh karena itu, tinggi rendahnya perhatian atau rasa senang seseorang terhadap objek dipengaruhi oleh tinggi rendahnya minat seseorang tersebut. Ketertarikan atau minat seseorang dalam era digitalisasi yang terus

berkembang akan memberikan rasa keingintahuan tentang penggunaan layanan *e-zakat* melalui platform digital. Lembaga zakat dapat berkolaborasi dengan lebih banyak perusahaan *Financial Technology (Fintech)* untuk menggalang dana zakat (Anurahman & Putri, 2022). Kemudahan yang ditawarkan dalam membayar zakat secara digital dan pesatnya perkembangan *financial technology* menjadi kekuatan dan peluang yang besar. Transaksi digital juga mulai diadaptasi oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dengan membuka layanan zakat secara digital atau *online* melalui *E-Zakat* untuk memfasilitasi pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) secara digital dengan menggunakan *e-money*. Jika pada umumnya muzaki membayar zakat dengan cara manual mendatangi langsung ke kantor OPZ dengan menggunakan uang tunai, saat ini muzaki dapat membayar zakat secara *online* melalui *payroll*, *e-payment*, *e-commerce*, dan *crowdfunding*. Pengguna *e-money* sebagai alat transaksi itu diperbolehkan dengan ketentuan mengikuti aturan yang terdapat dalam Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah. *E-money* adalah sarana transaksi yang dapat memudahkan serta memberikan kenyamanan dalam kegiatan bertransaksi dengan efisien, karena masyarakat tidak perlu membawa uang dengan jumlah yang banyak, cukup membawa ponsel yang telah dilengkapi dengan aplikasi sudah bisa melakukan transaksi. Fitur *e-zakat* akan menjadikan pembayaran ZIS dapat dilakukan dengan mudah oleh muzaki. Muzaki dapat membayar zakatnya dari mana saja dan dapat memilih lembaga apa yang akan dijadikan sebagai pemegang amanah untuk disalurkan kepada mustahik tanpa harus datang langsung ke kantor (OPZ). Dengan demikian, akan meningkatkan intensitas muzaki untuk terus membayar ZIS. Semakin

banyak muzaki yang tertarik menggunakan layanan ini, maka potensi penerimaan zakat juga akan meningkat (Kharisma & Jayanto, 2021).

2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang memiliki hubungan yang relavan terhadap topik yang penelitian penulis :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Muafi et al., 2022)	Pengaruh Kepercayaan Dan Pengetahuan Muzakki Terhadap Minat Membayar Zakat (Studi Kasus Baznas Kota Malang)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel kepercayaan berpengaruh positif besar terhadap minat membayar zakat (Y). • Variabel pengetahuan muzakki berpengaruh positif kuat terhadap minat membayar zakat (Y).
2.	(Kharisma & Jayanto, 2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Menggunakan E-Zakat dalam membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah ZIS) dipengaruhi oleh variabel Kegunaan, Risiko, dan Transparansi dalam layanan <i>E-zakat</i>. • Akuntabilitas tidak cukup signifikan berpengaruh terhadap Pengelolaan ZIS oleh LPZ.
3.	(Obit Dwi Pratama, Mustafa Kamal Rokan, 2024)	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Tingkat Kepercayaan, Transparansi, Akuntabilitas Dan Tingkat Pendapatan Generasi Milenial Terhadap Pembayaran Zakat Melalui Lembaga Baznas Secara Online (Studi Pada	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand Awareness</i>, dan tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pembayaran zakat generasi milenial melalui Lembaga BAZNAS secara <i>online</i>. • Transparansi, akuntabilitas, dan tingkat pendapatan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap persepsi pembayaran zakat generasi milenial melalui

		Generasi Milenial Sumatera Utara)	Lembaga BAZNAS secara <i>online</i> .
4.	(Widodo, 2024)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat muzaki Kabupaten Sragen dalam memanfaatkan platform digital dipengaruhi oleh Literasi ZIS, Religiuitas dan Kemudahan. • Kepercayaan dan keamanan secara parsial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat muzaki di Kabupaten Sragen
5.	(Priyono & Muhamad, 2023)	Analisis Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Muzaki terhadap Minat Membayar Zakat kepada Amil Zakat di Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap minat membayar zakat. • Variabel tingkat kepercayaan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat.
6.	(Ramadhani & Hapsari, 2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat <i>online</i>. • variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat secara <i>online</i> generasi milenial. • Variabel reputasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat secara <i>online</i> generasi milenial.
7.	(Anggraini & Indrarini, 2022)	Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo	<ul style="list-style-type: none"> • Variable kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo • Variable literasi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variable minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo

8.	(Abdul Majid & Sardiana, 2023)	Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Membayar Zakat (Studi Pada Karyawan Di Kawasan Mega Kuningan)	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat karyawan swasta pada Lembaga Amil Zakat / Organisasi Pengumpulan Zakat. • Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat karyawan swasta pada Lembaga Amil Zakat/Organisasi Pengumpulan Zakat. • Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat karyawan swasta pada Lembaga Amil Zakat / Organisasi Pengumpulan Zakat.
9.	(Pada et al., 2024)	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Pengetahuan Dan Religiusitas Pada Minat Pelaku Umkm Dalam Membayar Zakat Melalui Badan Amil Zakat Kota Bengkulu	<ul style="list-style-type: none"> • Akuntabilitas dan transparansi terbukti berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM untuk membayar zakat melalui BAZNAS • Pengetahuan dan religiusitas terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM untuk membayar zakat melalui BAZNAS
10.	(Rosalinda et al., 2021)	Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan zakat terbukti berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu • Pendapatan muzakki terbukti berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. • Kepercayaan muzakki terbukti berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.

11.	(Sumadi & Priliastuti, 2021)	Pengaruh pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel pendapatan secara Persial tidak berpengaruh terhadap minat warga kelurahan makam haji kartasura untuk membayar zakat penghasilan. • Variabel kepercayaan secara Persial berpengaruh terhadap minat warga kelurahan makam haji kartasura untuk membayar zakat penghasilan. • Variabel religiusitas secara Persial berpengaruh terhadap minat warga kelurahan makam haji kartasura untuk membayar zakat penghasilan.
12.	(Peran et al., 2024)	Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kepercayaan dan Reputasi Lembaga terhadap Minat Membayar Zakat Melalui <i>Mobile Banking</i> : Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Bogor	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel tingkat pengetahuan (X1) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat melalui <i>mobile banking</i>. • Pengaruh variabel kepercayaan (X2) terhadap minat membayar zakat melalui <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan. • Pengaruh variabel reputasi lembaga (X3) terhadap minat membayar zakat melalui <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan.
13.	(Grahesti et al., 2023)	Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel akuntabilitas, dapat diketahui bahwasanya akuntabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta. • Variabel transparansi, dapat diketahui bahwasanya transparansi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta. • Variabel kredibilitas, dapat diketahui bahwasanya

			<p>kredibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta</p>
14.	(Sumaningrum & Fithria, 2023)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat Profesi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat profesi. • Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat profesi. • Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat profesi.
15.	(Siregar et al., 2022)	Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui mobile banking. • Variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui mobile banking.
16.	(Kabib et al., 2021)	Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen	<ul style="list-style-type: none"> • Akuntabilitas dapat memengaruhi secara signifikan pada minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Sragen. • Transparansi tidak berpengaruh signifikan pada minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Sragen.
17.	(Tho'in & Marimin, 2019)	Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. • Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. • Tingkat religiusitas berpengaruh terhadap variabel minat membayar zakat.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka penelitian yang telah dibuat diatas maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

2.5.1 Hubungan transparansi terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*

Transparansi merupakan penyampaian laporan secara terbuka atau transparan kepada semua pihak sehingga dapat diakses dengan mudah (Grahesti et al., 2023). Pada pengelolaan zakat tujuannya menciptakan bahwasanya tidak ada yang ditutupi, keyakinan pada lembaga pengelolaan menciptakan opini bahwasanya mereka kompeten, jujur, dengan terciptanya rasa keyakinan pada masyarakat. Dengan adanya teknologi keuangan atau *Financial Technology (Fintech)* muzaki memiliki akses yang lebih jelas dan transparan terhadap informasi tentang bagaimana dan dimana mebayar zakatnya karena semua dilakukan cukup menggunakan platform digital. Melalui laporan real-time dan pelacakan dana, muzaki dapat dengan mudah memantau perkembangan penyaluran zakat mereka. Semakin tinggi transparansi dari sebuah lembaga maka akan meningkatkan kepercayaan seseorang (Kabib et al., 2021). Hal ini sejalan dengan teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) yaitu adanya perbuatan dalam diri sendiri yang telah direncanakan maka dalam diri seseorang akan terdorong untuk memilih melakukan pembayaran zakat secara *online* karena dirasa pembayaran zakat secara *online* memberikan akses yang mudah, jelas dan transparan dalam penyampaian informasinya.

Penelitian terdahulu (Ramadhani & Hapsari, 2022) menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat *online*. Sementara itu penelitian lain yang sejalan yaitu penelitian (Kharisma & Jayanto, 2021) yang menyatakan bahwa Transparansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Zakat*. Berdasarkan temuan diatas, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut :

H1 = Transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzaki dalam membayar zakat *online*

2.5.2 Hubungan kepercayaan terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya (Sumadi & Priastuti, 2021). Kepercayaan dianggap sebagai sikap muzaki dalam mempengaruhi minat penggunaan aplikasi zakat *online*. Zakat *online* memberikan kepuasan pada muzaki dengan memberikan layanan keamanan dan mudahnya akses dalam berzakat, sehingga teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) sejalan dengan hal tersebut dengan menimbulkan rasa kepercayaan dan kemauan terhadap minat yang kuat pada masyarakat untuk melakukan zakat secara *online*. Kepercayaan terhadap lembaga zakat bisa diartikan sebagai kemauan muzaki untuk mengandalkan lembaga zakat guna menyalurkan zakatnya kepada mustahik, karena muzaki yakin lembaga tersebut profesional, amanah, dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa

kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi manfaat (Widodo, 2024). Pengelola zakat harus melakukan kolaborasi dengan berbagai platform digital untuk melakukan peningkatan kualitas mutu layanan. Pengelolaan dana zakat yang lebih profesional akan menjadikan lembaga amil zakat tersebut sebagai pilihan utama masyarakat dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk menunaikan zakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Ramadhani & Hapsari, 2022) dan (Obit Dwi Pratama , Mustafa Kamal Rokan, 2024) menemukan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat secara *online*. Berdasarkan temuan diatas, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut :

H2 = Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzaki dalam membayar zakat *online*

2.5.3 Hubungan persepsi kemudahan terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Nurdin et al (2020) menjelaskan bahwa kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi pengguna sistem justru

mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual. Zakat *online* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mempermudah pengumpulan zakat *online* bagi pengguna zakat. Hal ini bukan hanya saja memudahkan pembayar zakat tetapi juga memudahkan amil zakat untuk mengumpulkan zakat (Wiharjo, 2019). Kemudahan yang didapat dari pembayaran *online* dan zakat *online* berasal dari gaya hidup masyarakat yang semakin modern dengan memanfaatkan *financial technology*. Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) sejalan dengan persepsi kemudahan ini karena adanya rasa melakukan sesuatu dalam diri sendiri yang telah direncanakan maka dalam diri seseorang akan terdorong untuk memilih melakukan pembayaran zakat secara *online* karena dirasa pembayaran zakat secara *online* memberikan akses yang mudah dalam menunaikan zakat serta dengan kemudahan ini masyarakat akan mengajak masyarakat lain untuk berzakat secara *online*.

Pada penelitian terdahulu dari (Widodo, 2024) menyatakan bahwa factor kemudahan menunjukkan bahwa muzaki telah yakin dengan mengeluarkan sebagian harta merupakan perintah dari Allah SWT, selain itu faktor kemudahan dalam bertransaksi membuat muzaki merasa lebih efektif dan efisien dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah dengan mengandalkan platform digital. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut :

H3 = Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat muzaki dalam membayar zakat *online*

2.5.4 Hubungan tingkat pendapatan terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*

Pendapatan merupakan suatu imbalan atas jasa atau upah imbalan yang diberikan sebagai tenaga kerja atas keikutsertaan dan keterlibatannya dalam produksi penciptaan barang maupun jasa (Tho'in & Marimin, 2019). Setiap kekayaan yang akan diperoleh seseorang tersebut harus diketahui asal usul dari mana sumbernya dan bersifat tetap atau tidak. Ajaran Islam ini telah mewajibkan setiap harta atau kekayaan yang telah didapatkan oleh seseorang wajib hukumnya untuk dizakatkan (Nugraheni & Muthohar, 2021).

Pada era digital yang semakin modern seperti ini mengalihkan pendapatan merupakan suatu hal yang mudah dilakukan dikarenakan telah banyak sarana yang telah dibangun pemerintah. Pendapatan biasanya diberikan dalam bentuk transfer rekening masing-masing atau dalam bentuk nontunai tidak secara langsung atau cash. Maka mudah bagi seseorang untuk melakukan zakat atas pendapatan yang mereka miliki cukup dengan scan *Qris* atau masuk kedalam website yang telah disediakan oleh badan pengelola zakat. Kemudahan memindahkan pendapatan inilah yang dapat menjadi alasan muzaki berzakat secara *online*. Selain itu pendapatan juga merupakan faktor utama penentu terhadap keinginan seseorang membayar zakat melalui lembaga zakat. Sebab pendapatan individu memiliki pengaruh dalam minat individu guna mengeluarkan zakat melalui lembaga. Pendapatan berhubungan dengan nisab dari total kekayaan, di samping itu juga berpengaruh kepada totalan jumlah zakat yang akan dibayarkan oleh muzakki. Pendapatan seseorang sangat mempengaruhi

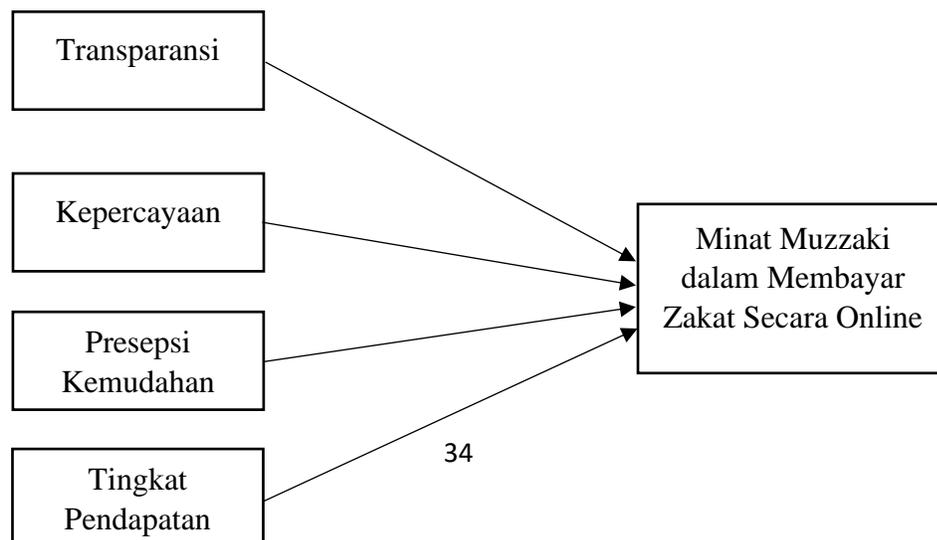
untuk mengeluarkan zakat. Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) sejalan dengan tingkat pendapatan apabila seseorang memiliki pendapatan yang tinggi otomatis akan memberikan dampak yang positif terhadap jumlah zakat yang dibayarkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Abdul Majid & Sardiana, 2023) dan (Pristi & Setiawan, 2019) menemukan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap minat membayar zakat secara *online*. Berdasarkan temuan diatas, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut :

H4 = Tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat *online*

2.6 Kerangka Penelitian

Berasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan menjelaskan setiap variabel dengan jelas didukung dengan teori sebagai landasan untuk memperkuat pada penelitian ini. Untuk menganalisa masalah berdasarkan variabel yang sudah dijelaskan maka perlu dikemukakan gambaran berupa kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang akan dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari pengukuran (Prof. Dr. Sugiyono, 2020). Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *Explanatory Research*. (Prof. Dr. Sugiyono, 2020) mendefinisikan *Explanatory Research* sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Alasan utama peneliti menggunakan metode penelitian *Explanatory Research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel dependen yang ada dengan variabel independen. Maka dalam penelitian ini menjelaskan beberapa factor – factor yang mempengaruhi minat muzaki dalam melakukan zakat secara *online*.

3.2 Populasi dan Sampel

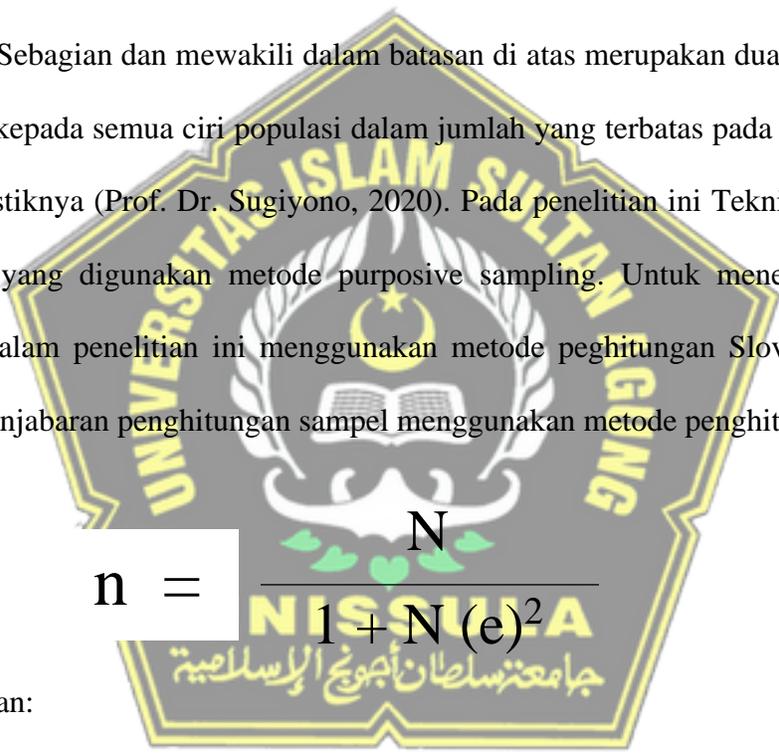
Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam

penelitian ini adalah jumlah penduduk yang beragama islam atau biasa disebut muzzaki yang bertempat tinggal dikota semarang sebanyak 1.485.169 jiwa pada tahun 2023 yang dilansir dari data domografi pemerintah kota Semarang dengan link web <https://data.semarangkota.go.id/data/list/6> .

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya (Prof. Dr. Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini Teknik pengambilan sampel yang digunakan metode purposive sampling. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pehitungan Slovin. Berikut ini adalah penjabaran penghitungan sampel menggunakan metode penghitungan Slovin:


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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Polulasi

e = Margin eror atau tingkat toleransi

Pada penelitan ini jumlah populasi muzzaki di kota semarang sebanyak 1.485.169 jiwa pada tahun 2023 yang dilansir dari data domografi pemerintah kota Semarang dengan link web <https://data.semarangkota.go.id/data/list/6> . Dalam

penelitian ini menggunakan tingkat toleransi atau tingkat error sebesar 10% atau 0,1.

Berikut merupakan penjabaran penghitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$
$$n = \frac{1.485.169}{1 + 1.485.169 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{1.485.169}{14.852,69}$$
$$n = 99,993267 = 100$$

Maka sampel dalam penelitian ini adalah 99,993267 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden dengan margin error sebesar 10%. Bila muzaki yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam penelitian maka muzaki tersebut dapat dijadikan responden.

Karena pengambilan sampel dilakukan dengan benar benar tepat sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria sampel yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Beragama Islam
2. Berdomisili atau bertempat tinggal di Kota Semarang
3. Memiliki handphone dan media sosial
4. Melek teknologi

3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode atau cara untuk memnentukan jumlah besar sampel yang akan digunakan dalam penelitian dan dapat memperesaentasikan populasi dalam penelitian ini. Seperti yang telah disebutkan diatas penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling* yang dimana teknik ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020).

3.4 Jenis dan Sumber data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data subjek (*Self-Report Data*). Menurut (Indrianto & Supomo, 2009) Data subjek (*Self-Report Data*) yaitu jenis data penelitian yang berupa opini sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang kelompok yang menjadi subjek penelitian (responden). Bentuk tanggapan dapat berupa lisan (verbal), tertulis atau ekspresi jawaban dari pertanyaan yang diberikakan. Maka dalam penelitian ini tanggapan muzzaki di kota semarang akan menjadi jawaban atas variable-variable yang diteliti.

3.4.2 Sumber Data

- Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang dapat berupa: opini hasil observasi melalui kuisioner, kejadian atau kegiatan dari hasil pengujian. Dalam hal ini sumber data primer yang digunakan

adalah koesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Prof. Dr. Sugiyono, 2020). Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan *google form* yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang terkait dengan teori dan kesioner ini akan di sebarakan melalui media sosial yang ada. Maka jawaban koesioner akan diisi oleh muzzaki yang ada dikota semarang untuk dijadikan jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang ditanyakan yang berhubungan dengan variable yang diteliti.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah metode atau cara – cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam kegiatan penelitian sangat penting karena berkaitan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

- Metode Pengumpulan Data Primer

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2020) “Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Penulis melakukan survei menggunakan kuesioner dengan *google form* yang terdiri dari beberapa pertanyaan terkait dengan teori yang digunakan. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Koesioner akan

disebarkan kepada muzzaki dikota semarang untuk kemudian dijawab dibuat skor yang diukur berdasarkan presepsi responden.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuan merupakan kesepakatan yang digambarkan dengan angka-angka yang digunakan dalam menentukan panjang dan pendeknya interval pada alat ukur (Prof. Dr. Sugiyono, 2020).

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

Skala	Notasi	Skor
ST	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Responden akan memberikan jawaban atas pernyataan yang dibuat peneliti dengan menandai checklist (✓) pada skala 1-5.

3.7 Definisi Variabel

1.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2020) mengemukakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau muncul adanya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas yaitu transparansi, kepercayaan, presepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan.

2.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Menurut Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas. Di dalam penelitian ini yang termasuk variabel terkait yaitu minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

3.8 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan uraian penjelasan dari pengertian variabel dan memberikan informasi terhadap peneliti untuk mengetahui cara pengukuran variabel yang berdasarkan indikator.

1. Transparansi dalam membayar zakat secara *online* (X1)

Keterbukaan, kejelasan, dan aksesibilitas informasi mengenai pengelolaan dan distribusi dana zakat yang dilakukan melalui platform digital. Transparansi ini penting untuk memastikan bahwa pembayaran zakat dilakukan dengan cara yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, serta untuk memberikan kepercayaan kepada muzzaki tentang bagaimana zakat mereka digunakan.

2. Kepercayaan dalam membayar zakat secara *online* (X2)

Keyakinan dan rasa aman muzzaki (individu yang membayar zakat) bahwa transaksi mereka dilakukan dengan cara yang aman, efektif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kepercayaan ini penting untuk memastikan bahwa muzzaki bersedia menggunakan platform digital untuk memenuhi kewajiban zakat mereka.

3. Presepsi kemudahan dalam membayar zakat secara *online* (X3)

Pandangan atau penilaian individu tentang sejauh mana proses pembayaran zakat melalui platform digital dianggap mudah, praktis, dan tidak merepotkan dibandingkan dengan metode tradisional. Kemudahan ini meliputi berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman pengguna dalam melakukan transaksi zakat secara *online*.

4. Tingkat pendapatan dalam membayar zakat secara *online* (X4)

Perbedaan level atau klasifikasi pendapatan individu mempengaruhi cara mereka melakukan pembayaran zakat melalui platform digital. Tingkat pendapatan dapat memengaruhi keputusan dan preferensi dalam memilih metode pembayaran zakat, termasuk penggunaan layanan *online*.

5. Minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* (Y)

Tingkat ketertarikan dan kecenderungan individu yang berkewajiban membayar zakat (muzzaki) untuk menggunakan platform digital atau internet dalam proses pembayaran zakat mereka. Minat dipengaruhi oleh berbagai factor baik dari dalam diri sendiri ataupun dari lingkungan sekitar yang membuat metode *online* menjadi pilihan yang menarik dibandingkan dengan metode tradisional.

Berikut merupakan tabel uraian dari devinisi operasional yang meliputi indikator masing-masih variabel:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
----	---------------------	----------------------	-----------	--------

1.	Minat Muzzaki Membayar Zakat Secara Online (Y)	Minat menggunakan adalah keinginan atau ketertarikan pada suatu hal yang baik benda maupun aktivitas yang sesuai dengan perasaan individu atau seseorang tersebut sebagai sumber motivasi	<ul style="list-style-type: none"> • Minat • Keinginan • Pengakuan 	(Ramadhani & Hapsari, 2022)
2.	Transparansi (X1)	Transparansi adalah kegiatan pembangunan yang harus dikelola dengan setransparan mungkin bagi masyarakat, donatur, dan organisasi yang bersangkutan, yang harus diberi wewenang berupa kemudahan untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan kebijakan serta kegiatan pembangunan dalam pengelolaan organisasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia pengumuman kebijakan mengenai pendapatan pengelolaan keuangan zakat • Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu. • Tersedia laporan yang mudah diakses • Tersedia sistem pemberian informasi • Tersedia sarana untuk suara dan usulan muzaki 	(Kharisma & Jayanto, 2021)
3.	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah pengguna zakat <i>online</i> percaya bahwa teknologi informasi tersebut memiliki keandalan dan integritas. Keandalan adalah dimana suatu penyedia layanan memenuhi fungsi utamanya sebagai penyedia website zakat <i>online</i> . Integritas adalah	<ul style="list-style-type: none"> • Integritas • Kompetensi • Konsistensi • Loyalitas • Keterbukaan 	(Safitri & Suryaning sih, 2022)

		dimana suatu penyedia layanan memenuhi nilai dan prinsip utamanya sebagai penyedia layanan website zakat <i>online</i> .		
4.	Presepsi kemudahan (X3)	Presepsi kemudahan penggunaan adalah pengguna zakat <i>online</i> percaya bahwa website zakat <i>online</i> mudah untuk digunakan. Dalam hal ini kemudahan penggunaan website zakat <i>online</i> yang disediakan oleh penyedia layanan.	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dipelajari (easy to learn) • Dapat dikontrol (controllable) • Fleksibel (flexible) • Mudah digunakan (easy to use) • Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable) 	Menurut (Davis et al, 2019:30) dalam jurnal (Attaqi et al., 2022)
5.	Pendapatan (X4)	Pendapatan adalah sumber dari jumlah harta yang diperoleh dari orang-orang tertentu dan bersifat tetap. Pendapatan yang diperoleh bisa berasal dari sumber-sumber yang beragam, termasuk tanah dan pekerjaan atau bahkan keduanya. Pendapatan ini mencakup penghasilan, keuntungan, serta gaji atau upah.	<ul style="list-style-type: none"> • pendapatan mutlak milik sendiri • pendapatan lebih 	(Muhammad, 2024)

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Prof. Dr. Sugiyono, 2020). Metode analisis deskriptif dinyatakan dalam bentuk uraian dari masing-masing variabel yang dilakukan sebagai uji hipotesis.

3.9.2 Uji Instrumen Penelitian

Didalam melakukan penelitian, peneliti seharusnya melakukan uji instrumen guna memperoleh data pengukuran variabel yang berdasarkan indikator supaya lebih akurat. Untuk menguji instrumen terdapat dua langkah yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

1. Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur untuk mencapai ketepatan. Pengukuran dapat dikatakan valid jika menunjukkan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji validitas mempunyai tujuan untuk mengukur tingkat ketepatan dari variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan terhadap minat muzaki dalam membayar zakat melalui platform digital melalui penerapan *financial technology (Fintech)*. Menurut Ghozali (2018) menjelaskan bahwa sebuah kuesioner dapat dikatakan valid jika beberapa pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur

oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur kebenaran atau valid dapat dilakukan dengan korelasi antar nilai atau skor pada pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel.

Dalam kuesioner tentunya peneliti ingin mengetahui skor atau nilai masing-masing setiap pernyataan valid atau tidak, maka dapat disimpulkan melalui kriteria berikut ini:

- 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$)

maka dapat disimpulkan item kuesioner tersebut valid.

- 2) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$)

maka dapat disimpulkan item kuesioner tersebut tidak valid.

(Obit Dwi Pratama , Mustafa Kamal Rokan, 2024)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur apakah indikator yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Uji reliabilitas adalah menguji data yang kita dapatkan sebagai hasil kuesioner yang telah disebarkan pada responden (Bawono, 2006). Jika jawaban pada kuesioner dapat konsisten dari waktu ke waktu, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut *reliable*. Uji realibilitas ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil yang konsisten atau hasilnya tidak berbeda pada subyek yang sama jika diukur ulang kembali, sehingga dapat disimpulkan untuk mengetahui tingkat keterandalan pada kuesioner.

Menurut Bawono (2006) menyatakan bahwa melakukan uji reliabilitas terdapat seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Janna & Herianto, 2021).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui model yang tercantum dalam penelitian ini yang menunjukkan hasil yang tepat, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik guna menguji hipotesis yang telah diajukan. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. Model yang telah dibuat dalam penelitian ini harus memenuhi syarat asumsi dasar yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161) menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Nilai residual akan menyimpulkan berdistribusi normal jika berdasarkan pada uji t dan uji f. Untuk menentukan uji normalitas, penelitian ini mengacu pada uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan berdasarkan kriteria jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) maka data berdistribusi dengan normal. Namun sebaliknya, jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka data tidak berdistribusi dengan normal. uji normalitas yaitu dengan

menggunakan metode monte carlo dengan menggunakan pengembangan yang sistematis dengan memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukannya monte carlo adalah untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau terlalu ekstrem nilainya (Imam & Mursidah, 2021).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji pada model regresi apakah akan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Untuk mengetahui apakah terjadi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi berdasarkan pada besarnya nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:134). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan *Uji Glejser*. Rumus *Uji Glejser* sebagai berikut:

$$|U_t| = a + BX_t + vt$$

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika probabilitas signifikansinya di bawah tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi terjadi heteroskedastisitas.

3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu menggunakan uji statistik guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui gambaran secara menyeluruh mengenai hubungan variabel bebas yaitu transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan terhadap variabel terikat yaitu minat muzaki dalam membayar zakat *online*. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut;

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat muzaki membayar zakat secara *online*

X1 = Transparansi

X2 = Kepercayaan

X3 = Persepsi kemudahan

X4 = Tingkat pendapatan

β_0 = Koefisien Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien variabel

e = Standar error

3.9.5 Uji Goodness of Fit (Uji F)

Uji Goodness of Fit digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian. Menurut Ghozali (2018) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas (*independent variable*) yang dimasukkan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Untuk menguji pengaruh model secara bersamaan dengan menggunakan Uji Anova (uji F) berdasarkan kriteria berikut ini:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau taraf signifikansi $\leq 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen secara keseluruhan atau simultan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau taraf signifikansi $\geq 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen secara keseluruhan atau simultan merupakan variabel yang tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.6 Uji R² (Koefisien Determinan)

Uji koefisien determinasi atau uji R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Martini et al., n.d.). Semakin besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, maka semakin tinggi nilai R. hal ini dijelaskan yaitu:

1. Nilai R^2 harus berkisar 0 hingga 1
2. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dengan variabel dependen.
3. Jika $R^2 = 1$, maka terjadi kecocokan sempurna antara variabel independen yang menjelaskan variabel dependen.

3.9.7 Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghozali (2018) mengemukakan bahwa uji t atau parsial pada umumnya menunjukkan bagaimana pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Berikut ini variabel akan diterima atau ditolak berdasarkan kriteria yaitu:

1. Jika nilai pada signifikansi kurang dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.
2. Jika nilai pada signifikansi lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) maka dinyatakan H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung dan secara *online* menggunakan *google form*. Hasil yang diisi oleh responden yaitu 120 responden, dari 120 kuesioner yang dibagikan hanya 100 kuesioner yang dapat diolah karena 20 kuesioner tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Berikut gambaran data kuesioner responden sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner

No	Keterangan Kuesioner	Jumlah
1.	Kuesioner yang disebar	120
2.	Kuesioner yang tidak kembali	0
3.	Kuesioner yang Kembali	120
4.	Kuesioner yang tidak lengkap atau tidak sesuai kriteria	(20)
5.	Kuesioner yang dapat diolah	100
Response Rate = $100/120*100\% = 83\%$		

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.1, penyebaran kuesioner menghasilkan 100 sampel yang dikelompokkan menurut Jenis Kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan, dan pendapatan perbulan. Data yang tersedia kemudian ditabulasi dan disajikan dengan statistik deskriptif sebagai berikut:

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari hasil penelitian, identitas muzakki berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
Laki-Laki	49	49
Perempuan	51	51
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Pada tabel jenis kelamin 4.2, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden terbanyak dengan jenis kelamin perempuan sebesar 51 orang, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 49 orang. Jadi Responden dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi dibanding dengan responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan dari hasil penelitian, identitas muzaki berdasarkan Usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
20 – 30	89	89
31 -40	8	8
41 -50	2	2
> 51	1	1
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Pada tabel usia 4.3, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden terbanyak pada usia 20-30 tahun sebanyak 89

orang. Disusul dengan responden yang memiliki usia 31-40 tahun sebanyak 8 orang, lalu responden yang memiliki usia 41-50 tahun sebanyak 2 orang. Dan sisanya responden yang memiliki usia >51 tahun sebanyak 1 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia antara 20-30 tahun lebih mendominasi dibandingkan dengan usia responden yang lain. Banyaknya responden yang berumur relative lebih muda atau generasi milenial memiliki minat yang tinggi untuk melakukan pembayaran zakat secara *online* karena generasi milenial sudah memahami, merasakan dan mudah beradaptasi dalam perkembangan teknologi yang semakin canggih.

3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan dari hasil penelitian, identitas muzakki berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Wiraswasta	38	38
Mahasiswa	37	37
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	9	9
Wirasaha	7	7
BUMN	2	2
Asisten Dosen	1	1
<i>Freelance</i>	1	1
Guru	1	1
<i>Jishusei</i>	1	1
Musisi	1	1
Penulis	1	1
Perangkat Desa	1	1
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel pekerjaan 4.4, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Sebagian besar responden berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 38 orang. Kemudian diikuti oleh responden yang berprofesi sebagai mahasiswa yang memiliki pekerjaan sampingan atau usaha untuk memenuhi keperluan mereka yaitu sebanyak 37 orang. Lalu responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 9 orang. Begitu juga terdapat responden yang berprofesi sebagai wirausaha sebanyak 7 orang. Terdapat juga responden yang berprofesi sebagai pegawai BUMN sebanyak 2 orang. Dan sisanya yakni responden yang berprofesi sebagai asisten dosen, *freeland*, guru, *jishusie*, musisi, penulis, dan perangkat desa masing-masing sebanyak 1 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dengan berprofesi sebagai wiraswasta lebih mendominasi dibandingkan dengan profesi pekerjaan responden yang lain.

4. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan dari hasil penelitian, identitas muzakki berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
SMA	11	11
D3	10	10
S1	72	72
S2	7	7
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan table Pendidikan 4.5, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden terbanyak adalah responden yang

memiliki pendidikan dengan jenjang S1 yaitu sebanyak 72 orang. Kemudian diikuti dengan responden yang memiliki pendidikan SMA yaitu sebanyak 11 orang. lalu responden yang memiliki pendidikan D3 yaitu sebanyak 10 orang. dan sisanya yakni responden yang memiliki Pendidikan S2 yaitu sebanyak 7 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pendidikan S1 lebih mendominasi dibandingkan dengan pendidikan responden yang lain.

5. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, identitas muzakki berdasarkan Pendidikan perbulan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000	74	74
Rp 6.000.001 – Rp 10.000.000	21	21
> Rp 10.000.000	5	5
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan table pendapatan 4.6, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden terbanyak memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000 yaitu sebanyak 74 orang. Diikuti dengan responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 6.000.001 – Rp 10.000.000 yaitu sebanyak 21 orang. Dan sisanya responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar > 10.000.000 yaitu sebanyak 5 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000 lebih mendominasi dibandingkan dengan pendapatan perbulan responden yang lain.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban atas item-item pertanyaan yang diajukan pada responden. Terutama mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis indeks yang memiliki tujuan untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan minimal 1 (Mela Sofiati et al., 2019). Maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\} : 5$$

Dimana:

F1 adalah frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 adalah frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 adalah frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 adalah frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Oleh karena itu, angka jawaban tidak dimulai 0 (nol) tetapi dimulai dari angka 1 untuk minimal dan untuk maksimal adalah 5. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini pada variabel independen adalah 5 pertanyaan untuk variabel Transparansi, 5 pertanyaan untuk variabel Kepercayaan, 5 pertanyaan untuk variabel persepsi kemudahan, dan 2 pertanyaan untuk variabel tingkat pendapatan. Sedangkan variabel dependen (minat muzzaki dalam membayar pajak secara *online*) terdiri dari 3 pertanyaan.

Maka indeks yang didapatkan akan dimulai dari angka 10 dengan total nilai indeks adalah 100. rentang yang digunakan sebesar 90 sehingga perhitungan dengan menggunakan kriteria 3 kotak (Three-box Method) dalam menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90 dibagi tiga akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks (Mela Sofianti et al., 2019).

10,00 - 40,00 = Rendah

40,01 - 70,00 = Sedang

70,01 - 100 = Tinggi

4.2.1 Deskriptif Variabel Transparansi (X1)

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel transparansi:

Tabel 4. 7 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Transparansi (X1)

No	Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah (Skor)	Indeks	Keterangan
1	Tersedia pengumuman kebijakan mengenai pendapatan pengelolaan keuangan zakat (X1.1)	1	5	20	43	31	398	79,6	Tinggi
2	Tersedia laporan pertanggung-jawaban yang tepat waktu (X1.2)	2	5	13	39	41	412	82,4	Tinggi
3	Tersedianya laporan yang mudah diakses (X1.3)	0	5	17	40	38	411	82,2	Tinggi
4	Tersedianya sistem pemberian informasi (X1.4)	1	3	13	38	45	423	84,6	Tinggi
5	Tersedia sarana untuk suara dan usulan muzzaki (X1.5)	0	5	12	44	39	417	84,4	Tinggi
Total							2061	82,4	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari tabel 4.7, hasil analisis deskriptif variabel transparansi menunjukkan bahwa pengaruh dari transparansi terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* yaitu tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata - rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 -100 indeks yang diperoleh sebesar 82,4. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* dipengaruhi oleh variabel transparansi, akan tetapi sebagian besar juga dipengaruhi oleh variabel diluar transparansi.

4.2.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2)

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan:

Tabel 4. 8 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X2)

No	Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah (Skor)	Indeks	Keterangan
1	Integritas (X2.1)	1	3	24	41	31	398	79,6	Tinggi
2	Kompetensi (X2.2)	2	4	19	45	30	397	79,4	Tinggi
3	Konsisten (X2.3)	0	3	21	46	30	403	80,6	Tinggi
4	Loyalitas (X2.4)	1	4	22	43	30	397	79,4	Tinggi
5	Keterbukaan (X2.5)	0	6	24	34	36	400	80	Tinggi
Total							1995	79,8	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari tabel 4.8, hasil indeks jawaban responden variabel kepercayaan menunjukkan bahwa pengaruh dari kepercayaan terhadap perilaku minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* yaitu tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata - rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 - 100 indeks yang diperoleh

sebesar 79,8. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden menganggap bahwa minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* dipengaruhi oleh variabel kepercayaan akan tetapi Sebagian besar juga dipengaruhi juga oleh variabel diluar kepercayaan.

4.2.3 Deskriptif Responden Variabel Presepsi Kemudahan (X3)

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel presepsi kemudahan:

Tabel 4. 9 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Kemudahan (X3)

No	Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah (Skor)	Indeks	Keterangan
1	Mudah dipelajari (X3.1)	0	6	17	41	36	407	81,4	Tinggi
2	Dapat dikontrol (X3.2)	2	2	18	45	33	405	81	Tinggi
3	Fleksibel (X3.3)	1	7	25	35	32	390	78	Tinggi
4	Mudah digunakan (X3.4)	1	6	21	38	34	398	79,6	Tinggi
5	Jelas dan dapat dipahami (X3.5)	1	4	17	35	43	415	83	Tinggi
Total							2015	80,6	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari tabel 4.9, hasil deskriptif variabel presepsi kemudahan menunjukkan bahwa pengaruh dari presepsi kemudahan terhadap perilaku minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* yaitu tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10-100 indeks yang diperoleh sebesar

80,6. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden menganggap bahwa minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan akan tetapi Sebagian besar juga dipengaruhi juga oleh variabel diluar persepsi kemudahan.

4.2.4 Deskriptif Variabel Tingkat Pendapatan (X4)

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel tingkat pendapatan:

Tabel 4. 10 Deskriptif Tanggapan Responden Variabel Tingkat Pendapatan (X4)

No	Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah (Skor)	Indeks	Keterangan
1	Pendapatan mutlak milik sendiri (X4.1)	3	9	20	36	32	385	77	Tinggi
2	Pendapatan lebih (X4.2)	3	5	20	43	29	390	78	Tinggi
Total							775	77,5	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari tabel 4.10, hasil Deskriptif variabel tingkat pendapatan menunjukkan bahwa pengaruh dari tingkat pendapatan terhadap perilaku minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* yaitu tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10-100 indeks yang diperoleh sebesar 77,5. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* dipengaruhi oleh variabel tingkat pendapatan akan tetapi sebagian besar juga dipengaruhi juga oleh variabel diluar tingkat pendapatan.

4.2.5 Deskriptif Variabel Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat

Secara Online (Y)

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*:

Tabel 4. 11 Deskriptif Tanggapan Responden Variabel Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)

No	Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah (Skor)	Indeks	Keterangan
1	Minat (Y1)	2	7	20	43	28	388	77,6	Tinggi
2	Keinginan (Y2)	1	9	20	43	27	386	77,2	Tinggi
3	Pengakuan (Y3)	2	5	14	41	38	408	81,6	Tinggi
Total							1182	78,8	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari tabel 4.11, hasil deskriptif variabel minat muzzaki dalam membayar zakat *online* menunjukkan bahwa minat muzzaki membayar zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh oleh responden dengan rentang 10 - 100 indeks yang diperoleh sebesar 78,8. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat membayar zakat secara *online* yang tinggi.

4.3 Uji Instrumen penelitian

Pengujian instrumen dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat keaslian dan keandalan instrumen tersebut untuk mengambil data yang dibutuhkan. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen. Uji coba instrumen dilakukan agar mendapatkan instrumen yang memiliki validitas dan reliabilitas sesuai dengan ketentuan, sehingga dapat digunakan

untuk menjangkau data yang dibutuhkan dalam menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Instrumen dikatakan baik sebagai alat ukur jika memiliki ciri-ciri yang sah (valid) dan handal (reliabel).

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Jika suatu nilai signifikan $<$ dari $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan valid, sedangkan jika nilai signifikan $>$ dari $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan tidak valid. Hasil analisis uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Uji Validitas

No	Variabel / Indikator	Sig	Keterangan
1	Transparansi (X1)		
	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
2	Kepercayaan (X2)		
	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
	X2.5	0,000	Valid
3	Presepsi Kemudahan (X3)		
	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
	X3.5	0,000	Valid
4	Tingkat Pendapatan (X4)		
	X4.1	0,000	Valid
	X4.2	0,000	Valid

5	Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)		
	Y1	0,000	Valid
	Y2	0,000	Valid
	Y3	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 118 - 122

Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa semua indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan sebagai item yang valid karena semua pertanyaan dalam variabel memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$)

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha dengan nilai didalamnya Cronbach Alpha $> 0,6$ maka variabel pada data tersebut dinyatakan reliabel, dan apabila sebaliknya jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka data variabel pada data tersebut dinyatakan tidak variabel. Hasil tabel dari uji reliabilitas untuk masing masing variabel yang diringkas sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Transparansi (X1)	0,884	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,884	Reliabel
Presepsi Kemudahan (X3)	0,898	Reliabel
Tingkat Pendapatan (X4)	0,728	Reliabel
Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)	0,928	Reliabel

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 118 - 122

Berdasarkan dari hasil tabel 4.13, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada masing – masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Jenis uji asumsi klasik yang sering digunakan dalam penelitian yaitu uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas. Berikut pengaruh pengujian asumsi klasik dapat disajikan sebagai berikut:

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada pengujian ini peneliti menggunakan analisa statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan metode monte carlo. Apabila nilai signifikan > 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikan < 0,05 maka data penelitian berdistribusi tidak normal.

Tabel 4. 14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.83976724	
Most Extreme Differences	Absolute	.105	
	Positive	.069	
	Negative	-.105	
Test Statistic		.105	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.204 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.194
		Upper Bound	.214

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 122

Bedasarkan hasil tabel 4.14, menunjukkan hasil uji normalitas menyatakan bahwa Sig. (2-tailed) sebesar 0,204, artinya lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual atau data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas adalah dengan menganalisis nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 maka varibabel yang digunakan tidak terjadi multikolineritas. Hasil uji multikoleneralitas tertera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Uji Multikoleneralitas

Variabel	Uji Multikolineritas		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Transparansi	0,236	4,235	Bebas Multikolineritas
Kepercayaan	0,227	4,414	Bebas Multikolineritas
Presepsi Kemudahan	0,296	3,375	Bebas Multikolineritas
Tingkat Pendapatan	0,400	2,500	Bebas Multikolineritas

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 123

Dari hasil tabel 4.15, menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berada jauh dibawah angka 10, sedangkan nilai *Tolerance* diatas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel – variabel yang digunakan tidak terjadi gejala multikolineritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser. Data akan dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas jika memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas tertera pada tabel berikut:

Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Alpha	Kesimpulan
Transparansi	0,617	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Kepercayaan	0,882	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Presepsi Kemudahan	0,523	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Tingkat Pendapatan	0,584	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 123

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai signifikan lebih dari $0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian ini. Teknik analisis regresi linier berganda adalah teknik yang harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik yang telah dilakukan, dimana data pada uji asumsi klasik harus normal, variabel – variabel penelitian yang digunakan harus tidak mengandung masalah multikolinieritas, dan tidak memiliki gejala terjadinya heterokedastisitas. Dari hasil pengujian sebelumnya sudah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi semua uji asumsi klasik, sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Maka selanjutnya akan dilanjutkan dengan pengujian model regresi linier berganda. Berikut akan disajikan hasil dari pengujian regresi linier berganda:

4.5.1 Model Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda digunakan untuk mempermudah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara satu variabel terikat dengan beberapa

variabel bebas. Dalam penelitian ini, perhitungan statistik analisis regresi linier berganda yaitu menggunakan bantuan komputer dengan aplikasi SPSS for Windows versi 26.0. Hasil pengolahan data penelitian ini yang menggunakan program spss secara lengkap akan ada pada lampiran dan selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Model Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.260	1.121	1.123	.264
	Transparansi	-.038	.106	-.358	.721
	Kepercayaan	.137	.108	1.270	.207
	Presepsi Kemudahan	.376	.090	4.197	.000
	Tingkat Pendapatan	.133	.164	.810	.420

a. Dependent Variable: Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 123

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *Unstandardized* dalam kolom B, dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 1,260 sedangkan nilai koefisien regresi untuk transparansi (X1) sebesar -0,038, kepercayaan (X2) sebesar 0,137, presepsi kemudahan (X3) sebesar 0,376, tingkat pendapatan (X4) sebesar 0,133. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat merumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan di interpretasikan makna dari persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat muzaki membayar zakat secara *online*

X1 = Transparansi

X2 = Kepercayaan

X3 = Presepsi kemudahan

X4 = Tingkat pendapatan

β_0 = Koefisien Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien variabel

e = Standar error

Sehingga rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 1.260 - 0,038 X_1 + 0,137 X_2 + 0,376 X_3 + 0,133 X_4 + e$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai

berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1.260 dan bernilai positif dengan signya 0,264 (diatas 0,05). Artinya variabel independen dianggap 0, hal ini menunjukkan jika variabel independent dianggap tetap maka minat muzaki dalam membayar zakat secara *online* tidak ada.

2. Koefisien regresi linier berganda pada variabel transparansi sebesar $-0,038$ dan bernilai negatif, dengan nilai signya $0,721$ (diatas $0,05$). Artinya variabel transparansi tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* atau variabel transparansi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.
3. Koefisien regresi linier berganda pada variabel kepercayaan sebesar $0,137$ dan bernilai positif, dengan nilai signya $0,207$ (diatas $0,05$). Artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* atau variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.
4. Koefisien regresi linier berganda pada variabel persepsi kemudahan sebesar $0,376$ dan bernilai positif, dengan nilai signya $0,000$ (dibawah $0,05$). Artinya variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin ada kemudahan dalam penggunaan platform digital untuk melakukan pembayaran zakat maka dapat meningkatkan minat muzzaki dalam membaayar zakat secara *online*.
5. Koefisien regresi linier berganda pada variabel tingkat pendapatan sebesar $0,133$ dan bernilai positif, dengan nilai signya $0,420$ (diatas $0,05$). Artinya variabel tingkat pendapatan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* atau variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

4.6 Uji Goodness of Fit (Uji F)

Nilai statistik F adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan regresi secara bersama – sama atau uji F diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Uji Goodness of Fit (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.670	4	94.418	26.768	.000 ^b
	Residual	335.090	95	3.527		
	Total	712.760	99			

a. Dependent Variable: Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online

b. Predictors: (Constant), Tingkat Pendapatan, Kepercayaan, Presepsi Kemudahan, Transparansi

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 124

Berdasarkan tabel 4.18 pengujian dari pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F hitung = 26,768 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$). Maka hal ini memiliki arti bahwa secara stimulan variabel transparansi, kepercayaan, persepsi kemudahan dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

4.7 Uji R² (Koefisien Determinan)

Uji koefisien determinasi (R²) pada prinsipnya untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi dalam regresi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Hasil uji R² (koefisien determinan) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 19 Uji R² (Koefisien Determinan)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.510	1.87810

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pendapatan, Kepercayaan, Presepsi Kemudahan, Transparansi

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 124

Berdasarkan dari tabel 4.19 hasil dari perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,510 . hal ini menunjukkan bahwa 51%. variabel minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* dapat dipengaruhi oleh 4 variabel yaitu variabel transparansi, kepercayaan, presepsi kemudahan, dan tingkat pendapatan, dan sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

4.8 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Uji t menggunakan tabel *Coefficients B* dan tabel sig dimana hipotesis diterima jika

nilai sig < 0,05 yang artinya signifikan dan sebaliknya. Hasil uji hipotesis (uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Uji Hipotesis (Uji t)

Keterangan	Unstandardized Coefficients	Sig	Kesimpulan
	B		
Transparansi hipotesis ditolak :	-.038	.721	Negatif dan tidak signifikan
Kepercayaan hipotesis ditolak :	.137	.207	Negatif dan tidak signifikan
Presepsi kemudahan hipotesis diterima :	.376	.000	Positif dan signifikan
Tingkat Pendapatan hipotesis ditolak :	.133	.420	Negatif dan tidak signifikan

Sumber: Output SPSS Lampiran Halaman 124

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan tabel 4.20, dapat dilihat hasil uji T diperoleh nilai *unstandardized coefficients* B sebesar -0,038 dan bernilai negatif, dengan nilai signifikansi dari variabel transparansi terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* sebesar 0,721 yang artinya nilai signifikansi $0,721 > 0,05$ sehingga **ditolak** artinya transparansi tidak berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini adalah transparansi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan tabel 4.20, dapat dilihat hasil uji T diperoleh nilai *unstandardized coefficients* B sebesar 0,137 dan bernilai positif, dengan nilai signifikansi dari variabel kepercayaan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* sebesar 0,207 yang artinya nilai signifikansi $0,207 > 0,05$ sehingga **ditolak** artinya kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

3. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan tabel 4.20, dapat dilihat hasil uji T diperoleh nilai *unstandardized coefficients* B sebesar 0,376 dan bernilai positif, dengan nilai signifikansi dari variabel persepsi kemudahan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga **diterima** artinya persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Maka dapat diartikan semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* signifikan mempengaruhinya. Sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

4. Pengujian Hipotesis 4

Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat hasil uji T diperoleh nilai *unstandardized coefficients* B sebesar 0,133 dan bernilai positif, dengan nilai signifikansi dari variabel tingkat pendapatan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* sebesar 0,420 yang artinya nilai signifikansi $0,420 > 0,05$ sehingga **ditolak** artinya tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Sehingga hipotesis keempat pada penelitian ini adalah tingkat pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

4.9 Hasil dan Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Transparansi terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar

Zakat Secara Online

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transparansi (X1) yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi sebesar $0,721 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H1 ditolak. Hal ini berarti tingkat transparansi tidak memiliki pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Transparansi dalam zakat *online* adalah keterbukaan informasi mengenai pengelolaan zakat, termasuk penerima zakat, penggunaan dana, dan proses pengelolaan zakat. Tetapi pada kenyataannya beberapa pendapat dari responden yang dinyatakan melalui pertanyaan terbuka pada kuesioner dalam penelitian ini responden beranggapan bahwa laporan keuangan dan pendistribusian dana zakat dianggap tidak

dapat dipertanggung jawabkan atau disalahgunakan seperti penyelewengan dana untuk kepentingan diri sendiri serta penyaluran dana zakat yang tidak sesuai sasaran. Dalam hal ini sebagian masyarakat senantiasa menanamkan rasa tidak percaya dan tidak memiliki minat menyalurkan zakat kepada pengelola zakat apalagi dengan melalui zakat *online*. Sebagian masyarakat juga merasa kurangnya penjelasan informasi yang terperinci dari pihak lembaga zakat sehingga menimbulkan anggapan dari muzakki bahwa pihak lembaga belum sepenuhnya transparan.

Dalam penelitian ini tidak didukung dengan penerapan *theory of planned behavior* karena transparansi tidak dapat menjadi sebagai dorongan dalam diri sendiri seorang muzakki untuk menjalankan kewajiban zakat karena semua tergantung pola pikir dan kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Syifa & Anggraini, 2024) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa kurang transparannya LPZ khususnya terkait pelaporan keuangan akan menimbulkan ketidakpercayaan muzakki, dan penelitian yang dilakukan oleh (Kabib et al., 2021) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa transparansi merupakan keterbukaan lembaga dalam memaparkan atau memberikan informasi terhadap yang berkepentingan. Menurutnya jika transparansi lembaga naik maka akan menurunkan minat muzakki membayar zakat, namun sebaliknya jika transparansi rendah maka minat muzakki akan naik dalam hal membayar zakat.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani & Hapsari, 2022) dan (Kharisma & Jayanto, 2021) yang menyatakan bahwa Transparansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Zakat*.

4.9.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transparansi (X2) yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi sebesar $0,207 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Hal ini berarti tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Kepercayaan atau trust merupakan nilai yang paling di hargai dalam hubungan antara manusia dan rasa percaya yang di miliki orang terhadap orang lain. Kepercayaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan muzzaki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzzaki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan. Tetapi pada kenyataannya beberapa pendapat dari responden yang dinyatakan melalui pertanyaan terbuka pada kuesioner dalam penelitian ini responden beranggapan bahwa sebagian besar masyarakat memilih untuk menyalurkan zakat secara langsung ke mustahik dan sebagian kecilnya menyalurkan melalui pemuka agama setempat, karena muzzaki meyakini dengan menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik dan pemuka

agama setempat maka dapat meningkatkan pahala dan mengenalkan masyarakat akan nilai kemantapan dihati. Disisi lain muzakki tidak berminat untuk membayar zakat dikarenakan kurang percaya terhadap lembaga zakat untuk mempercayakan dana zakat mereka dikelola Lembaga zakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa transformasi digital ternyata belum dapat merubah perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat.

Dalam penelitian ini tidak didukung dengan penerapan *theory of planned behavior* karena kepercayaan tidak dapat menjadi dorongan dalam diri sendiri seorang muzakki untuk menjalankan kewajiban zakat mereka. Maka dalam hal ini semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap lembaga amil zakat, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk untuk memberikan zakat melalui lembaga amil zakat.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rakhmania, 2018) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan berkaitan dengan emosi dan perasaan yang dapat berbeda pada masing-masing individu. Setiap individu yang memiliki keyakinan atau kepercayaan yang sama belum tentu memiliki emosi yang sama. Hal inilah yang membuat kepercayaan tidak mempengaruhi minat membayar zakat melalui lembaga zakat, karena penyaluran zakat oleh masyarakat masih tergantung kedekatan emosi dengan musthiq. Muzakki akan merasa tenang ketika melihat zakatnya disalurkan secara langsung. dan penelitian yang dilakukan oleh (Maulidina & Solekah, 2020) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa transformasi digital ternyata belum sepenuhnya merubah perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat. Umumnya muzakki ingin membayar zakat langsung kepada mustahik.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani & Hapsari, 2022) dan (Obit Dwi Pratama , Mustafa Kamal Rokan, 2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Zakat*.

4.9.3 Pengaruh Presepsi Kemudahan terhadap Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Secara Online

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan (X3) yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Hal ini berarti tingkat persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Kemudahan merupakan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dalam hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dari muzzaki mengenai zakat *online* dapat menjadi factor internal dalam meningkatkan minat dalam membayar zakat *online*. Responden dari penelitian ini memiliki ketertarikan dalam melakukan zakat *online* karena mereka berpendapat bahwa zakat *online* itu simple, praktis, dan dapat melakukan zakat dimana saja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan mengenai zakat *online* dapat dijadikan acuan untuk mengukur minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* yang tinggi karena semakin tinggi kemudahan terhadap

penggunaan untuk membayar zakat maka semakin tinggi pula minat muzzaki untuk menggunakannya.

Penerapan *theory of planned behavior* dalam penelitian ini adalah adanya rasa melakukan sesuatu dalam diri sendiri yang telah direncanakan maka dalam diri seseorang akan terdorong untuk memilih melakukan pembayaran zakat secara *online* karena dirasa pembayaran zakat secara *online* memberikan akses yang mudah dalam menunaikan zakat serta dengan kemudahan ini masyarakat akan mengajak masyarakat lain untuk berzakat secara *online*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Widodo, 2024) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa factor kemudahan menunjukkan bahwa muzaki telah yakin dengan mengeluarkan sebagian harta merupakan perintah dari Allah SWT, selain itu faktor kemudahan dalam bertransaksi membuat muzzaki merasa lebih efektif dan efisien dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah dengan mengandalkan platform digital. dan penelitian yang dilakukan oleh (Assidiqi & Kasdi, 2023) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa nasabah BSI berkeinginan untuk membayar ZIS melalui mobile banking BSI karena fitur berbagi-ziswaf dapat dengan mudah digunakan. Oleh karena itu, pentingnya kemudahan penggunaan teknologi untuk mendorong minat khususnya minat membayar ZIS secara *online* dengan mengadopsi teknologi yakni mobile banking.

4.9.4 Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Minat Muzzaki dalam

Membayar Zakat Secara Online

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tingkat pendapatan (X_4) yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi sebesar $0,420 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak. Hal ini berarti tingkat pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

Apabila dilihat dari segi pendapatan perbulan responden dalam penelitian ini memiliki gaji rata – rata sebesar Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000 atau bisa dikategorikan sebagai pendapatan kelas menengah. Dalam hal ini responden berpendapat bahwa pendapatan yang mereka dapat itu belum mencapai nisab yang ditentukan untuk melakukan zakat profesi. Diketahui mereka memiliki pendapatan yang pas-pasan dan hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok (makan, tempat tinggal, pakaian). Artinya, tingkat kebutuhan hidup yang semakin tinggi, sementara dengan pendapatan yang terbatas tidak seimbang dengan pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan yang mereka anggap penting. Tetapi ada pula seseorang yang yang memiliki penghasilan besar, tetapi lebih mementingkan kebutuhan hidup sehingga mereka lupa akan kewajiban mereka terkait adanya hak orang lain dalam penghasilan yang mereka peroleh. Maka dalam hal ini apabila seseorang memiliki pendapatan yang lebih harus memiliki tingkat kesadaran mereka sendiri untuk melakukan kewajiban dalam membayar zakat profesinya. Kebanyakan muzzaki memiliki pemikiran bahwa zakat yang harus ditunaikan yaitu zakat fitrah saja karena zakat fitrah zakat yang wajib

ditunaikan untuk umat islam dan bukanlah zakat yang dibayarkan ketika memiliki pendapatan yang tinggi atau hingga mencapai nisab dan haul.

Dalam penelitian ini tidak didukung dengan penerapan *theory of planned behavior* karena tingkat pendapatan tidak dapat menjadikan sebagai dorongan seorang muzzaki untuk menunaikan kewajiban zakat atas profesinya, maka dalam hal ini tanpa adanya pemahaman atau keyakinan dalam diri seseorang mengenai pentingnya membayar zakat profesi maka minat untuk menunaikan kewajiban zakat profesi akan tetap rendah meskipun secara ekonomi mereka mampu.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Tho'in & Marimin, 2019) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa tidak setiap orang yang memiliki pendapatan yang lebih akan memiliki minat dalam mengeluarkan atau membayar zakat. dan penelitian yang dilakukan oleh (Assidiqi & Kasdi, 2023) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang tidak ada pengaruh terhadap minat dan keputusannya untuk membayar zakat. Terkecuali jika dibarengi dengan nilai religiusitasnya yang semakin tinggi.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Majid & Sardiana, 2023) dan (Pristi & Setiawan, 2019) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh terhadap minat membayar zakat secara *online*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dari pengaruh transparansi terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa variabel transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,721 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis ditolak.
2. Hasil pengujian dari pengaruh kepercayaan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,207 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis ditolak.
3. Hasil pengujian dari pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis diterima.

4. Hasil pengujian dari pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*. dengan nilai signifikan sebesar 0,420 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis ditolak.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel pada penelitian ini masih didominasi dengan profesi pekerjaan sebagai wiraswasta dan mahasiswa yang mana penghasilannya tidak stabil dan terkadang hanya cukup untuk kebutuhan sehari - hari saja berbeda dengan profesi pekerjaan dibawah naungan pemerintahan atau pekerjaan profesional.
2. Sampel dan wilayah penelitian yang masih terbatas sehingga tingkat generalisasi masih rendah.
3. Peneliti hanya menggunakan 4 variabel independen saja, serta kurang mempertimbangkan variabel – variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi minat muzzaki dalam membayar zakat secara *online*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan keterbatasan penelitian diatas, maka Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memfokuskan dari segi pekerjaan yang memiliki pendapatan yang stabil seperti profesi pekerjaan dibawah naungan pemerintahan atau pekerjaan professional.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah sampel dan memperluas wilayah penelitian sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang tinggi.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat minat muzaki dalam membayar zakat secara *online* misalnya seperti variabel religiusitas, persepsi kegunaan dalam menggunakan sebuah teknologi website atau aplikasi zakat *online*, pengetahuan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, R., & Sardiana, A. (2023). Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Membayar Zakat (Studi Pada Karyawan Di Kawasan Mega Kuningan). *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 155–169. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v2i2.8052>
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2020). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756. <https://doi.org/10.20473/vol6iss2019pp1756-1769>
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-66>
- Anim, S., Kohari, K., Majid, Z. A., & Adnan, M. (2021). the Profession Zakat and Its Benefits. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi ...*, 5(2), 2–12. <https://uia.e-journal.id/alarbah/article/view/2509%0Ahttps://uia.e-journal.id/alarbah/article/download/2509/1336>
- Anurahman, D., & Putri, N. (2022). Analisis Pembayaran Zakat Melalui E-Payment Dengan Pendekatan Systematic Literature Review (SLR). *Proceeding of International Students Conference on Accounting and Business*, 1(1), 17–27.
- Assidiqi, U., & Kasdi, A. (2023). Analisis Perilaku Generasi Milenial dalam Membayar Zakat di Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1), 1–20. <http://103.35.140.53/index.php/JEBISKU/article/view/53>
- Atmaja, W., Anggraini, T., & Syahriza, R. (2022). Analisis Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Medan. *J-ISACC: Journal of Islamic Accounting Competency*, 2(2), 56–65.
- Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694–700. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1421–1429.

- Hendarsyah, D. (2013). Pemanfaatan Zakat Online Baznas Bagi Muzaki. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 2(2), 485–512. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v2i2.32>
- Imam, M., & Mursidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Price Earning Ratio dan Earning Per Share terhadap Return Saham pada Sub Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Borneo Student Research*, 2(2), 1460–1468. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>
- Iv, B. A. B., Fitrah, Z., & Zakat, D. A. N. (2022). *Bab iv zakat fitrah dan zakat mal. March*, 1–6.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Martini, R., Sriwijaya, P. N., Sueb, M., Padjajaran, U., Hidayat, N., Indonesia, U. P., Fuadah, L., Sriwijaya, U., Widarsono, A., Indonesia, U. P., Tadulako, U., Winarno, W. W., Akuntansi, J., Negeri, P., Akuntansi, J., & Negeri, P. (n.d.). *J r t a*.
- Maulidina, I. H., & Solekah, N. A. (2020). Antecedent Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 235. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8193>
- Mela Sofiati, A., Murniawaty, I., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha Dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 588–604. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31490>
- Muafi, Y. M., Askandar, N. S., & Junaidi. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengetahuan Muzakki Terhadap Minat Membayar Zakat (Studi Kasus BAZNAS Kota Malang). *Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 434–448.
- Muhammad, N. adelia amanda & Z. (2024). *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*. 9, 137–149.
- Mulyana, A., Mintarti, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Serta Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Oleh Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) KALTIM

- Kota Balikpapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(4), 1–10.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIEM/article/view/3824>
- Nugraheni, N. O., & Muthohar, A. M. (2021). Analisis Pengaruh Religiositas, Pendapatan, dan Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat Masyarakat Muslim Kabupaten Semarang Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 169.
<https://doi.org/10.30829/ajei.v6i2.10080>
- Obit Dwi Pratama, Mustafa Kamal Rokan, N. I. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Tingkat Kepercayaan, Transparansi, Akuntabilitas dan Tingkat Pendapatan Generasi Milenial Terhadap Pembayaran Zakat Melalui Lembaga BAZNAS Secara Online (Studi pada generasi Milenial Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 239.
- Pada, R., Pelaku, M., Dalam, U., Melalui, Z., Amil, B., & Kota, Z. (2024). *The influence of accountability, transparency, knowledge and religiosity on the interest of umkm actors in paying zakat through the amil zakat agency of the city of bengkulu*. 7, 5385–5394.
- Peran, P., Milenial, G., & Mewujudkan, D. (2024). *VISA : Journal of Visions and Ideas*. *VISA : Journal of Visions and Ideas*. 3(3), 536–549.
- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43.
<https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Priyono, S., & Muhamad, M. (2023). Analisis Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Muzaki Terhadap Minat Membayar Zakat kepada Amil Zakat di Yogyakarta. *IBSE Sharia Economic Journal*, 2(1), 27–39.
<https://doi.org/10.62708/ibsesej.v2i1.29>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. S.Pd, Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). 2020.
https://www.scribd.com/embeds/699523859/content?start_page=1&view_mode=sgulung&access_key=key-fFexxf7MbzEfWu3HKwf
- Rakhmania, N. A. (2018). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki Mengeluarkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang*. [Universitas Brawijaya].
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/164413>
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412.
<https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>

- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan , Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188–201. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p188-201>
- Siregar, A., Siregar, B. G., & Izzah, N. (2022). Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 3(2), 163–175. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v3i2.6176>
- Sumadi, S., & Prihiastuti, D. (2021). Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.53088/jerps.v1i1.43>
- Sumaningrum, P. D., & Fithria, A. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat di BAZNAS Banjarnegara. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v7i1.2233>
- Syifa, S., & Anggraini, D. T. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Akuntabilitas, dan Transparansi Pelaporan Keuangan Lembaga Pengelola Zakat terhadap Pembayaran Zakat Muzaki dengan Aksesibilitas sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.24853/jago.5.1.38-55>
- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 225. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>
- Uyun, A. (2022). Tinjauan Hukum E-Commers Dalam Menghimpun Zakat Secara Online. *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 7(2), 13–23. <https://doi.org/10.24256/alw.v7i2.2465>
- Wahyudi, W., Hidayat, H., & Kholid, H. (2024). The Role of Digital Media Against Zakat Fundraising in The Perspective of Sharia Economic Law (Research Study at the IZI Institute). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(03), 410–428. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i03.997>
- Wahyuni, S., Nurbaiti, & Harahap, M. I. (2022). Efektifitas Penerapan Financial Technology (Fintech) dan Strategi Fundraising dalam Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF (Zakat , Infak , Sedekah , Wakaf) (Studi Kasus Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6, 9925–9939. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3992>
- Widodo, N. D. W. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 786.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12389>

Wiharjo, et al. (2019). *Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia*. 6(2), 331–343. https://repository.unair.ac.id/119296/1/404-Artikel_Achsaniah_Persepsi-Penggunaan.pdf

Yena Widiawati. (2023). Hukum Membayar Zakat Online. *GUAU Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 3(4), 221.

Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Di Baitul Mal Aceh: Analisis Persepsi Muzakki. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 190. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.604>

