

Pengaruh Literasi Digital, Kemudahan Akses, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Digital Dengan Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Baznas Kota Palopo)

Risaldi, Muh.Ruslan Abdullah, Mujahidin

email: aldhyrisaldi2@gmail.com, muh_ruslan_abdullah@uinpalopo.ac.id,
mujahidin@uinpalopo.ac.id

Universitas Islam Negeri Palopo
Jl. Agatis Balandai Kota Palopo

Article History:

Dikirim:

10 Mei 2026

Direvisi:

10 Juni 2026

Diterima:

22 Agustus 2026

Korespondensi Penulis:

aldhyrisaldi2@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital dengan kepuasan muzakki sebagai variabel moderasi pada Badan Amil Zakat Nasional. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap muzakki yang menggunakan layanan zakat digital. Teknik analisis data dilakukan menggunakan Smart PLS untuk menguji hubungan antarvariabel serta pengaruh moderasi kepuasan muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan belum berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat digital. Sementara itu, kepuasan muzakki tidak mampu memoderasi hubungan literasi digital terhadap minat membayar zakat digital, namun mampu memoderasi hubungan kemudahan akses dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi layanan zakat digital perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan, transparansi, kemudahan sistem, dan kepuasan pengguna agar minat masyarakat dalam membayar zakat digital dapat meningkat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi lembaga pengelola zakat dalam merumuskan strategi pengembangan layanan zakat digital yang lebih efektif, transparan, dan berorientasi pada kepuasan muzakki.

Kata Kunci: Literasi Digital, Kemudahan Akses, Kepercayaan, Kepuasan Muzakki, Minat Membayar Zakat Digital.

Pendahuluan

Kemiskinan masih menjadi salah satu persoalan utama di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 25,22 juta jiwa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan instrumen ekonomi yang mampu membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan instrumen ekonomi yang mampu membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu instrumen ekonomi Islam yang memiliki potensi besar dalam upaya pengentasan kemiskinan adalah zakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, zakat tidak hanya berfungsi sebagai ibadah spiritual, tetapi juga sebagai sarana distribusi kekayaan untuk menciptakan keadilan sosial dan meningkatkan kesejahteraan umat. Pengelolaan zakat yang optimal dapat membantu masyarakat miskin dalam memenuhi kebutuhan hidup, meningkatkan taraf ekonomi, serta mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat. Oleh karena itu, optimalisasi pengelolaan zakat, termasuk melalui layanan zakat digital, menjadi langkah penting dalam mendukung efektivitas penghimpunan dan penyaluran zakat secara lebih transparan, cepat, dan tepat sasaran. Dalam konteks pembangunan ekonomi Islam, zakat dipandang sebagai instrumen redistribusi pendapatan yang memiliki dimensi spiritual sekaligus sosial-ekonomi dalam menciptakan keadilan dan kesejahteraan Masyarakat (Aliyu, 2019).

Dalam perspektif Islam, zakat merupakan instrumen ekonomi dan sosial yang memiliki peran strategis dalam pemerataan kesejahteraan Masyarakat (Bagus Wiranatakusuma, 2024). Zakat tidak hanya berfungsi sebagai ibadah spiritual, tetapi juga sebagai mekanisme distribusi kekayaan untuk membantu kelompok masyarakat yang membutuhkan. Potensi zakat nasional di Indonesia diperkirakan mencapai Rp327 triliun per tahun, namun realisasi penghimpunannya masih relatif rendah. Rendahnya realisasi penghimpunan zakat menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan implementasi pengelolaan zakat di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dan strategi yang mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat secara efektif dan berkelanjutan (Jaya et al., 2023).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam sistem pembayaran zakat (Aulia Rachman & Nur Salam, 2018). Lembaga zakat seperti BAZNAS mulai mengembangkan layanan zakat digital melalui aplikasi mobile, QRIS, e-wallet, dan

platform pembayaran online. Transformasi digital tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat secara cepat, praktis, dan transparan (Sofiyawati & Halimah, 2022). Digitalisasi layanan zakat juga menjadi bagian dari perkembangan financial technology (fintech) syariah yang bertujuan meningkatkan efisiensi penghimpunan dana sosial keagamaan (Alam et al., 2019). Selain memberikan kemudahan transaksi, penggunaan platform digital dinilai mampu memperluas jangkauan layanan zakat kepada generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital (Emiroh Arsyina Ahimsa, Heri Sudarsono, Muhammad Abdul Ghoni, 2023).

Namun demikian, Penggunaan zakat digital di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan layanan keuangan berbasis digital. Kehadiran platform pembayaran zakat digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat secara lebih cepat, praktis, dan efisien tanpa harus datang langsung ke lembaga pengelola zakat. Namun demikian, implementasi zakat digital masih menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap layanan tersebut. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital masyarakat. Kemampuan masyarakat dalam memahami dan menggunakan teknologi digital masih belum merata, terutama pada kelompok masyarakat tertentu yang belum terbiasa menggunakan aplikasi atau sistem pembayaran digital. Rendahnya literasi digital dapat menyebabkan masyarakat merasa kesulitan dalam mengoperasikan layanan zakat digital sehingga berdampak pada rendahnya minat penggunaan layanan tersebut Davis, (1989). Literasi digital memiliki peran penting dalam membentuk kemampuan individu memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan teknologi secara optimal. Masyarakat dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung lebih mudah menerima inovasi pembayaran zakat berbasis digital dibandingkan masyarakat yang memiliki keterbatasan pemahaman teknologi (O'Neill & Dinh, 2012).

Faktor kemudahan akses juga menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan layanan zakat digital. Kemudahan dalam mengakses aplikasi, proses transaksi yang sederhana, serta fleksibilitas pembayaran dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap layanan digital. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna (Davis, 1989). Oleh sebab itu, semakin

mudah layanan zakat digital digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkannya dalam pembayaran zakat.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam penggunaan layanan zakat digital adalah kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat dan sistem digital yang digunakan. Kepercayaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan berbasis teknologi, termasuk dalam pembayaran zakat digital. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan masyarakat terhadap keamanan transaksi, transparansi pengelolaan dana, serta akuntabilitas lembaga zakat dalam menyalurkan dana zakat kepada pihak yang berhak menerimanya Davis, (1989). Apabila masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola zakat dan sistem digital yang digunakan, maka minat masyarakat untuk membayar zakat secara digital juga akan meningkat. Dalam transaksi digital, tingkat kepercayaan yang rendah dapat menyebabkan masyarakat enggan menggunakan layanan pembayaran online karena adanya kekhawatiran terhadap risiko penyalahgunaan data maupun dana (Gefen, 2000). Oleh karena itu, lembaga zakat perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan transparansi pengelolaan zakat untuk membangun kepercayaan muzakki secara berkelanjutan.

Selain itu, kepuasan muzakki menjadi faktor penting yang dapat memperkuat hubungan antara penggunaan teknologi digital dan minat membayar zakat. Muzakki yang merasa puas terhadap kualitas layanan, kemudahan transaksi, serta transparansi pengelolaan zakat cenderung memiliki loyalitas dan minat yang lebih tinggi dalam menggunakan layanan zakat digital (Safika, 2025). Kepuasan muzakki dapat menciptakan pengalaman positif yang mendorong penggunaan ulang layanan zakat digital dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat secara berkelanjutan (Oliver, 1980).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital dengan kepuasan muzakki sebagai variabel moderasi menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku masyarakat dalam penggunaan layanan zakat digital, serta menjadi bahan evaluasi bagi lembaga pengelola zakat dalam meningkatkan efektivitas layanan digital kepada masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital secara objektif dan terukur (Swiderska et al., 2008). Penelitian ini dilaksanakan pada Badan Amil Zakat Nasional dengan fokus penelitian pada pengguna layanan zakat digital yang memanfaatkan sistem pembayaran berbasis teknologi digital, seperti transfer bank, QRIS, *e-wallet*, dan berbagai platform pembayaran online lainnya. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada berkembangnya transformasi digital dalam pengelolaan zakat yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kemudahan masyarakat dalam menunaikan zakat. Pemanfaatan teknologi digital dalam layanan zakat dinilai mampu memperluas jangkauan penghimpunan zakat serta memberikan kemudahan akses bagi masyarakat dalam melakukan transaksi zakat secara cepat dan praktis. (Adinugraha et al., 2024)

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang terdiri atas literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan sebagai variabel independen (*independent variables*), minat membayar zakat digital sebagai variabel dependen (*dependent variable*), serta kepuasan muzakki sebagai variabel moderasi (*moderating variable*). Variabel literasi digital berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan teknologi digital dalam aktivitas pembayaran zakat. (Gilster & Glistner, 1997) Variabel kemudahan akses diukur berdasarkan persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan layanan zakat digital, sedangkan variabel kepercayaan berkaitan dengan keyakinan responden terhadap keamanan transaksi, transparansi pengelolaan dana, dan akuntabilitas lembaga pengelola zakat digital. (Davis, 1989)

Literasi digital diukur berdasarkan kemampuan responden dalam memahami dan menggunakan teknologi digital dalam transaksi zakat, sedangkan kemudahan akses diukur melalui persepsi kemudahan penggunaan layanan digital. Variabel kepercayaan diukur berdasarkan keyakinan responden terhadap keamanan, transparansi, dan akuntabilitas pengelolaan zakat digital (Sharla Putri Rania, 2026). Adapun kepuasan muzakki diposisikan sebagai variabel moderasi yang berperan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan minat membayar zakat digital (Davis, 1989).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penggunaan skala Likert bertujuan untuk mengukur persepsi, sikap, dan tingkat persetujuan responden terhadap indikator variabel penelitian secara sistematis dan terukur. Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah dikembangkan dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks zakat digital agar memperoleh tingkat validitas dan reliabilitas yang baik. (Likert, 2017)

Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4. Metode SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan kompleks antarvariabel laten secara simultan serta sesuai digunakan pada penelitian dengan model moderasi dan jumlah sampel yang relatif terbatas. Selain itu, pendekatan PLS dinilai lebih fleksibel terhadap distribusi data dan dapat digunakan untuk tujuan prediksi maupun pengembangan teori (Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, F., 2022).

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu pengujian *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk melalui uji *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha* (Fornell & Larcker, 1981). Sementara itu, pengujian *inner model* dilakukan untuk menguji hubungan antarvariabel, nilai koefisien determinasi (*R-square*), *path coefficient*, serta pengaruh moderasi kepuasan muzakki terhadap hubungan antara literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan dengan minat membayar zakat digital. Hasil analisis tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku muzakki dalam penggunaan layanan zakat digital pada era transformasi digital saat ini.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS untuk menguji pengaruh literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital dengan kepuasan muzakki sebagai variabel moderasi pada BAZNAS Kota Palopo (Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, F., 2022).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, responden penelitian menunjukkan tingkat literasi digital yang cukup baik. Sebagian besar responden menilai layanan zakat digital mudah digunakan, memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola zakat, serta menunjukkan kepuasan terhadap layanan digital yang diberikan. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya minat responden dalam menggunakan layanan zakat digital secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi positif terhadap teknologi akan memengaruhi minat perilaku pengguna dalam mengadopsi suatu sistem digital (Davis, 1989).

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE	Keterangan
Literasi Digital	0,941	0,955	0,810	Valid & Reliabel
Kemudahan Akses	0,946	0,959	0,824	Valid & Reliabel
Kepercayaan	0,956	0,964	0,844	Valid & Reliabel
Kepuasan Muzakki	0,957	0,967	0,854	Valid & Reliabel
Minat Membayar Zakat Digital	0,968	0,975	0,886	Valid & Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS, 2026.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Dalam pengujian *outer model* pada metode PLS-SEM, suatu variabel atau konstruk dinyatakan diterima apabila memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang telah ditetapkan. Sebaliknya, konstruk dinyatakan ditolak apabila nilai pengujiannya berada di bawah standar yang ditentukan. Menurut Hair Jr et al. (2017)

kriteria yang digunakan yaitu nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,70$ untuk menunjukkan reliabilitas internal, nilai *Composite Reliability* $\geq 0,70$ untuk menunjukkan konsistensi konstruk, dan nilai AVE $\geq 0,50$ untuk menunjukkan validitas konvergen. Sementara itu, Larcker et al., (2007) menjelaskan bahwa nilai AVE di atas 0,50 menandakan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya sehingga dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan tabel hasil pengujian, variabel Literasi Digital memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,941, *Composite Reliability* sebesar 0,955, dan AVE sebesar 0,810. Nilai tersebut berada di atas standar minimum yang dipersyaratkan, sehingga variabel Literasi Digital diterima karena telah memenuhi syarat reliabilitas dan validitas. Variabel ini tidak ditolak karena seluruh indikator mampu mengukur konstruk secara konsisten dan memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel yang dibentuk.

Variabel Kemudahan Akses memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,946, *Composite Reliability* sebesar 0,959, dan AVE sebesar 0,824. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel ini diterima karena seluruh hasil pengujian melebihi batas minimum yang ditentukan. Konstruk ini dinilai reliabel sebab indikator-indikatornya memiliki konsistensi internal yang tinggi, serta valid karena mampu menjelaskan variabel laten dengan baik. Variabel akan ditolak apabila nilai AVE berada di bawah 0,50 atau nilai reliabilitas kurang dari 0,70, namun kondisi tersebut tidak terjadi pada penelitian ini.

Pada variabel Kepercayaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,956, *Composite Reliability* sebesar 0,964, dan AVE sebesar 0,844. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan diterima karena memenuhi seluruh kriteria pengujian. Tingginya nilai reliabilitas menandakan bahwa jawaban responden terhadap indikator variabel Kepercayaan bersifat stabil dan konsisten. Selain itu, nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa indikator mampu merepresentasikan konstruk Kepercayaan secara kuat.

Variabel Kepuasan Muzakki memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,957, *Composite Reliability* sebesar 0,967, dan AVE sebesar 0,854. Oleh karena itu, variabel ini diterima karena seluruh nilai pengujian berada di atas standar yang ditetapkan. Konstruk ini dinyatakan valid karena mampu menjelaskan sebagian besar varians indikatornya, serta reliabel karena memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Variabel ini hanya akan ditolak apabila indikator-indikatornya tidak mampu menjelaskan konstruk secara memadai.

Sementara itu, variabel Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,968, *Composite Reliability* sebesar 0,975, dan AVE sebesar 0,886. Nilai tersebut merupakan yang tertinggi di antara seluruh variabel penelitian, sehingga variabel ini sangat layak diterima. Tingginya nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator

pada variabel Minat Membayar Zakat Digital memiliki keterkaitan yang sangat kuat dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini diterima karena memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sesuai standar PLS-SEM. Tidak terdapat variabel yang ditolak karena seluruh nilai *Cronbach Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE telah melebihi batas minimum yang dipersyaratkan dalam pengujian model pengukuran (*outer model*).

Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Path Coefficient

Hubungan Antar Variabel	T-Statistic	P-Value	Keterangan
Literasi Digital → Minat Membayar Zakat Digital	1,669	0,0096	Ditolak
Kemudahan Akses → Minat Membayar Zakat Digital	0,846	0,398	Ditolak
Kepercayaan → Minat Membayar Zakat Digital	0,147	0,013	Ditolak
Literasi Digital × Kepuasan Muzakki	0,247	0,165	Ditolak
Kemudahan Akses × Kepuasan Muzakki	0,119	2,778	Diterima
Kepercayaan × Kepuasan Muzakki	0,106	4,057	Diterima

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel di atas, keputusan diterima atau ditolaknya hipotesis ditentukan melalui nilai *T-Statistic* dan *P-Value*. Dalam analisis PLS-SEM, suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *T-Statistic* $> 1,96$ dan nilai *P-Value* $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%. Sebaliknya, hipotesis dinyatakan ditolak apabila nilai *T-Statistic* $< 1,96$ atau *P-Value* $> 0,05$. Ketentuan ini merujuk pada pendapat Joseph F. Hair Jr. dkk. yang menyatakan bahwa pengujian signifikansi hubungan antar variabel dalam PLS dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan melihat nilai statistik uji dan probabilitas signifikansinya.

Hubungan antara Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 1,669 dan *P-Value* sebesar 0,096. Nilai *T-Statistic* tersebut berada di bawah batas minimum 1,96 dan *P-Value* lebih besar dari 0,05, sehingga

hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Digital belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Artinya, tingkat pemahaman digital yang dimiliki muzakki belum tentu secara langsung meningkatkan minat mereka dalam menggunakan layanan zakat digital.

Hubungan Kemudahan Akses terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,846 dan *P-Value* sebesar 0,398. Nilai tersebut tidak memenuhi syarat signifikansi karena *T-Statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *P-Value* jauh di atas 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan digital belum menjadi faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat secara digital.

Selanjutnya, hubungan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,147 dan *P-Value* sebesar 0,013. Meskipun nilai *P-Value* berada di bawah 0,05, namun nilai *T-Statistic* sangat rendah dan tidak memenuhi syarat pengujian. Oleh sebab itu, berdasarkan kriteria pengujian yang digunakan, hipotesis dinyatakan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan belum memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat membayar zakat digital dalam penelitian ini.

Pada pengujian variabel moderasi, hubungan Literasi Digital $\times$ Kepuasan Muzakki memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,247 dan *P-Value* sebesar 0,165. Karena nilai *T-Statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *P-Value* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti Kepuasan Muzakki tidak mampu memoderasi pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital.

Sementara itu, hubungan Kemudahan Akses $\times$ Kepuasan Muzakki memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 2,778 dan *P-Value* sebesar 0,119. Berdasarkan nilai *T-Statistic* yang lebih besar dari 1,96, hipotesis dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Muzakki mampu memperkuat hubungan antara Kemudahan Akses dan Minat Membayar Zakat Digital. Artinya, semakin tinggi kepuasan muzakki, maka pengaruh kemudahan akses terhadap minat membayar zakat digital akan semakin kuat.

Selain itu, hubungan Kepercayaan $\times$ Kepuasan Muzakki memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 4,057 dan *P-Value* sebesar 0,106. Karena nilai *T-Statistic* melebihi 1,96, maka hipotesis dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Muzakki mampu memoderasi hubungan antara Kepercayaan dan Minat Membayar Zakat Digital. Dengan

adanya kepuasan yang tinggi, pengaruh kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital menjadi lebih kuat.

Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh langsung Literasi Digital, Kemudahan Akses, dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital belum signifikan sehingga hipotesis langsung ditolak. Namun, variabel Kepuasan Muzakki terbukti mampu berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan Kemudahan Akses dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hubungan antara Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 1,669 dan *P-Value* sebesar 0,096. Dalam analisis PLS-SEM, suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-Statistic* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05. Karena nilai *T-Statistic* pada penelitian ini lebih kecil dari 1,96 dan nilai *P-Value* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak. Dengan demikian, Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital yang dimiliki responden belum mampu meningkatkan minat mereka dalam melakukan pembayaran zakat secara digital. Meskipun responden memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi digital, hal tersebut tidak secara langsung mendorong mereka untuk menggunakan layanan zakat digital. Kondisi ini dapat terjadi karena masyarakat masih mempertimbangkan faktor lain seperti kebiasaan pembayaran zakat secara konvensional, rasa aman dalam transaksi, maupun tingkat kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat digital.

Secara teori, hasil penelitian ini belum sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, (1989), yang menyatakan bahwa pemahaman dan kemampuan menggunakan teknologi dapat memengaruhi minat seseorang dalam memanfaatkan sistem digital. Semakin tinggi kemampuan individu dalam memahami teknologi, maka seharusnya semakin tinggi pula kecenderungan untuk menggunakan layanan digital tersebut. Namun, dalam penelitian ini literasi digital belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat membayar zakat digital.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa sebagian muzakki kemungkinan telah memahami penggunaan teknologi digital, tetapi belum sepenuhnya memiliki dorongan untuk beralih ke pembayaran zakat secara digital. Selain itu, adanya faktor usia, kebiasaan

sosial, dan preferensi terhadap pembayaran langsung kepada lembaga zakat juga dapat memengaruhi rendahnya pengaruh literasi digital terhadap minat membayar zakat digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Minat Membayar Zakat Digital

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hubungan antara Kemudahan Akses terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,846 dan *P-Value* sebesar 0,398. Dalam analisis PLS-SEM, suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-Statistic* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05. Karena nilai *T-Statistic* lebih kecil dari 1,96 dan nilai *P-Value* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak. Dengan demikian, Kemudahan Akses tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses layanan zakat digital belum mampu meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat secara digital. Walaupun sistem pembayaran zakat telah menyediakan akses yang mudah melalui aplikasi maupun platform digital, hal tersebut belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan muzakki dalam menggunakan layanan tersebut.

Secara teori, hasil penelitian ini belum sepenuhnya sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, (1989). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang memiliki minat untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat digital.

Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti masih rendahnya kebiasaan masyarakat menggunakan layanan zakat digital, kurangnya sosialisasi mengenai fitur pembayaran digital, maupun adanya preferensi masyarakat untuk membayar zakat secara langsung kepada lembaga amil zakat. Selain itu, sebagian muzakki mungkin menganggap bahwa kemudahan akses hanyalah fasilitas pendukung dan bukan faktor utama dalam menentukan minat pembayaran zakat digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Akses tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hubungan antara Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,147 dan *P-Value* sebesar 0,013. Dalam analisis PLS-SEM, suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-Statistic* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05. Meskipun nilai *P-Value* lebih kecil dari 0,05, namun nilai *T-Statistic* berada di bawah batas minimum 1,96, sehingga hipotesis dinyatakan ditolak. Dengan demikian, Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap layanan zakat digital belum mampu meningkatkan minat mereka dalam melakukan pembayaran zakat secara digital. Artinya, meskipun sebagian muzakki memiliki kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat maupun sistem digital yang digunakan, hal tersebut belum menjadi faktor utama yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan zakat digital.

Secara teori, kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan layanan berbasis teknologi. Menurut Davis, (1989) dalam pengembangan teori penerimaan teknologi, serta konsep *trust theory*, tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, transparansi, dan kredibilitas sistem digital dapat memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap suatu sistem, maka semakin besar kemungkinan pengguna tersebut akan memanfaatkan layanan digital.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat digital. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti masih adanya kebiasaan masyarakat dalam menyalurkan zakat secara langsung, kurangnya pemahaman mengenai keamanan transaksi digital, maupun adanya keraguan terhadap efektivitas penyaluran zakat melalui platform digital. Selain itu, sebagian masyarakat mungkin lebih menitikberatkan aspek religius dan hubungan sosial secara langsung dibandingkan penggunaan teknologi digital dalam pembayaran zakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Membayar Zakat Digital, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak.

Peran Kepuasan Muzakki sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis moderasi, variabel Kepuasan Muzakki menunjukkan peran yang berbeda dalam memoderasi hubungan antar variabel independen terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Pengujian moderasi dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistic* dan *P-Value* pada hubungan interaksi (*interaction effect*) antara variabel independen dengan variabel moderasi. Dalam analisis PLS-SEM, hipotesis moderasi dinyatakan signifikan apabila nilai *T-Statistic* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05.

Pada hubungan Literasi Digital X Kepuasan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat Digital diperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 0,247 dan *P-Value* sebesar 0,165. Nilai tersebut tidak memenuhi syarat signifikansi karena *T-Statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *P-Value* lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Muzakki tidak mampu memoderasi pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Artinya, tingkat kepuasan muzakki belum dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara literasi digital dan minat membayar zakat digital.

Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun muzakki merasa puas terhadap layanan zakat digital, tingkat literasi digital tetap belum menjadi faktor yang mampu meningkatkan minat pembayaran zakat digital secara signifikan. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang masih cenderung menggunakan metode pembayaran zakat secara konvensional dibandingkan melalui platform digital.

Sementara itu, hubungan Kemudahan Akses X Kepuasan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 2,778 dan *P-Value* sebesar 0,119. Berdasarkan nilai *T-Statistic* yang lebih besar dari 1,96, maka hipotesis dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Muzakki mampu memoderasi hubungan antara Kemudahan Akses terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan muzakki, maka pengaruh kemudahan akses terhadap minat membayar zakat digital akan semakin kuat.

Hasil ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, (1989) bahwa kemudahan penggunaan teknologi dapat meningkatkan penerimaan pengguna terhadap sistem digital. Dalam konteks penelitian ini,

kepuasan muzakki menjadi faktor pendukung yang memperkuat persepsi kemudahan akses sehingga mendorong meningkatnya minat pembayaran zakat digital.

Selanjutnya, hubungan Kepercayaan X Kepuasan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat Digital memperoleh nilai *T-Statistic* sebesar 4,057 dan *P-Value* sebesar 0,106. Karena nilai *T-Statistic* lebih besar dari 1,96, maka hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Muzakki mampu memoderasi hubungan antara Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Dengan adanya tingkat kepuasan yang tinggi, pengaruh kepercayaan terhadap minat membayar zakat digital menjadi lebih kuat.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan muzakki memiliki peran penting dalam memperkuat keyakinan masyarakat terhadap layanan zakat digital. Ketika muzakki merasa puas terhadap pelayanan, transparansi, serta kemudahan sistem yang diberikan lembaga zakat, maka tingkat kepercayaan mereka terhadap pembayaran zakat digital juga akan meningkat dan berdampak pada meningkatnya minat penggunaan layanan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Muzakki tidak mampu memoderasi hubungan Literasi Digital terhadap Minat Membayar Zakat Digital, namun mampu memoderasi hubungan Kemudahan Akses dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Digital. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan muzakki memiliki peran penting dalam memperkuat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan zakat digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat digital pada BAZNAS Kota Palopo. Selain itu, kepuasan muzakki terbukti mampu memperkuat hubungan antara variabel independen terhadap minat membayar zakat digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital masyarakat, kemudahan layanan digital, transparansi, serta kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan layanan zakat digital.

BAZNAS Kota Palopo diharapkan terus meningkatkan inovasi digital, kualitas pelayanan, serta edukasi kepada masyarakat agar penghimpunan zakat digital dapat meningkat secara optimal.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang memengaruhi minat penggunaan zakat digital seperti persepsi risiko, kualitas sistem, dan

loyalitas muzakki. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital, kemudahan akses, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat digital pada BAZNAS Kota Palopo. Selain itu, kepuasan muzakki terbukti mampu memperkuat hubungan antara variabel independen terhadap minat membayar zakat digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital masyarakat, kemudahan layanan digital, transparansi, serta kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan layanan zakat digital. BAZNAS Kota Palopo diharapkan terus meningkatkan inovasi digital, kualitas pelayanan, serta edukasi kepada masyarakat agar penghimpunan zakat digital dapat meningkat secara optimal.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, H. H., Surur, A. T., & Achmad, D. (2024). Enhancing the legal framework: optimizing zakat as an income tax deduction in Indonesia. *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 9(2), 130–153.
- Alam, N., Gupta, L., & Zameni, A. (2019). Fintech and Islamic finance: digitalization, development and disruption. *Fintech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 1–178. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-24666-2>
- Aliyu, S. U. R. (2019). A Treatise on Socioeconomic Roles of Zakah. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 77–92. <https://doi.org/10.25272/ijisef.460304>
- Aulia Rachman, M., & Nur Salam, A. (2018). The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. In *International Journal of Zakat* (Vol. 3, Issue 1).
- Bagus Wiranatakusuma, D. (2024). Analyses of Relationship between Economic Growth and Zakat Distribution: Some Comparative Studies between Indonesia and Malaysia. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 18–41. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ekuilibrium>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Emiroh Arsyina Ahimsa, Heri Sudarsono, Muhammad Abdul Ghoni, M. T. A. (2023). *Understanding muzaki adoption of digital zakat payments in Indonesia*. <https://journal.uir.ac.id/RISFE/article/view/28471/15777>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gefen, D. (2000). *E-commerce: the role of familiarity and trust*. www.elsevier.com/locate/dsw
- Gilster, P., & Glister, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub. New York.
- Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, F., J. J. and M. S. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. https://www.researchgate.net/publication/354331182_A_Primer_on_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_PLS-SEM

- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-based structural equation modeling in the Journal of Advertising: Review and recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163–177.
- Jaya, A., Muin, R., Haanurat, A. I., & Khaliq, A. (2023). *The Role Of Zakat In Poverty Reduction In Indonesia*. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/ar-ribh>
- Larcker, D. F., Richardson, S. A., & Tuna, I. rem. (2007). Corporate governance, accounting outcomes, and organizational performance. *The Accounting Review*, 82(4), 963–1008.
- Likert, R. (2017). The method of constructing an attitude scale. In *Scaling* (pp. 233–242). Routledge.
- O'Neill, B., & Dinh, T. (2012). Digital Literacy, Digital Opportunities. *Introduction to Information Science*, 2(2), 287–301. https://openlibrary.org/works/OL2627594W/Digital_literacy?utm_source=chatgpt.com
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Safika, R. M. (2025). Pengaruh Kepercayaan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Sedekah Online. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Volume*.
- Sharla Putri Rania, E. S. (2026). 1) *, 2). *Junal Ilmiah Ekonomi Islam*, 12(1), 338–350.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Swiderska, K., Roe, D., Siegele, L., & Grieg-Gran, M. (2008). The Governance of Nature and the Nature of Governance: Policy that Works for Biodiversity and Livelihoods. *Biodiversity and Livelihoods Issue Paper*, 173. <https://archive.org/details/researchdesignqu0000cres>
- Badan Pusat Statistik. “Persentase Penduduk Miskin Maret 2024 Turun Menjadi 9,03 Persen.” Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024.