

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Platform Digital (Studi Pada Muzakki Jawa Barat)

Sirat Maharani,¹ Anas Al-Hifni,² Imam Abdul Aziz,³

¹Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru^{1,2,3}, Universitas Djuanda

sirat.maharani10@gmail.com¹, anas.alhifni@unida.ac.id², imam.abdul.aziz@unida.ac.id³

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong inovasi pengumpulan zaka melalui platform digital yang disediakan oleh lembaga zakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam menunaikan zakat melalui platform digital yang disediakan oleh BAZNAS. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para muzakki yang berdomisili di wilayah Jawa Barat. Analisis data yang digunakan yaitu regresi logistik biner. Hasil penelitian ini, ditemukan bahwa secara parsial faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital zakat BAZNAS adalah *performance expectancy* dan *facilitating conditions*. Sementara itu, faktor *effort expectancy* dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut. Secara simultan, keempat faktor dalam model teori UTAUT terbukti secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap keputusan muzakki. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi lembaga pengelola zakat dalam menyusun strategi digital yang lebih optimal guna meningkatkan partisipasi muzakki dalam menunaikan zakat menggunakan platform digital milik BAZNAS.

Kata Kunci: Keputusan Muzakki, Platform Digital Zakat, UTAUT

Abstrak

The development of digital technology has encouraged innovation in the collection of zakat through digital platforms provided by zakat organizations. This study aims to identify the various factors that influence the decision of muzakki to pay Zakat through the digital platforms provided by BAZNAS. The research method used was a quantitative survey with a correlational approach. The target population of the study was muzakki living in the West Java region. Binary logistic regression was used to analyze the data. The results of the study showed that performance expectations and favorable conditions are some of the factors that influence the decision of the muzakki to use the BAZNAS digital zakat platform. On the other hand, the factors of effort expectation and social influence do not have a significant impact on decision-making. At the same time, the four factors of the UTAUT theoretical model jointly proved to be influential factors in the decision making of the muzakki. The results of this study can be used as a reference for zakat management offices to develop optimal digital strategies to increase the participation of zakat payers in paying zakat through the BAZNAS digital zakat platform.

Keywords: Muzakki Decision, Digital Zakat Platform, UTAUT

PENDAHULUAN

Dalam penghimpunan zakat yang semakin berkembang, pemanfaatan teknologi digital digital menjadi salah satu solusi yang dapat meningkatkan efektivitas dalam penghimpunan zakat. Kemajuan teknologi digital memberikan potensi besar dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat. Berbagai inovasi teknologi seperti aplikasi zakat, situs web, social media, serta platform digital lainnya, dapat mempermudah muzakki dalam menyalurkan zakatnya (Wahyudin et al, 2024). Perkembangan teknologi digital saat ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan transparansi dalam proses penghimpunan, penyaluran, serta pelaporan zakat (Salsabila, 2024).

Platform digital dan aplikasi mobile telah mempermudah muzakki (pembayar zakat) untuk menunaikan kewajibannya, sementara lembaga pengelola dapat melakukan monitoring dan evaluasi secara real-time (Nurhidayah & Yazid, 2024). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rohim (2019) dijelaskan bahwa *digital fundraising* menjadi solusi yang strategis dan efektif dalam pengumpulan zakat oleh OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) dibandingkan pengumpulan zakat secara pendekatan konvensional di era digital ini.

Pembayaran zakat melalui digital mengalami kenaikan yang signifikan, pada tahun 2016, penerimaan ZIS melalui kanal digital sekitar 1% dari total keseluruhan. Namun, angka tersebut mengalami peningkatan menjadi 14% pada tahun 2019, dan terus bertumbuh hingga mencapai 20% di pertengahan tahun 2020 (Kharisma & Jayanto, 2021). Pembayaran zakat secara digital umumnya dilakukan menggunakan beragam metode pembayaran elektronik, salah satunya melalui layanan uang elektronik (e-money). Bank Indonesia, selaku otoritas moneter, mengesahkan 32 jenis mata uang digital sebagai alat transaksi digital yang sah di Indonesia. Perkembangan teknologi yang mendukung kemudahan bertransaksi mendorong lembaga zakat untuk berkolaborasi dengan berbagai e-commerce, sehingga masyarakat dapat menunaikan ZIS melalui kanal digital yang tersedia (Jamaludin & Aminah, 2021). Sejumlah Lembaga Amil Zakat juga telah menjalin kerja sama dengan berbagai penyedia layanan uang elektronik guna mempermudah proses pembayaran zakat secara digital (Nilawati & Rijal, 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mutiarazora (2022) dijelaskan bahwa pada era digital saat ini, sudah banyak lembaga zakat telah menyediakan fasilitas untuk menunaikan zakat melalui platform digital seperti Zakatpay dan aplikasi muzakki, serta melalui situs resmi masing-masing lembaga seperti baznas.go.id punya BAZNAS, zakat.or.id punya Dompot Dhuafa, rumahzakat.org punya Rumah Zakat, dan sedekahonline.com punya Darul Qur'an. Selain itu, pembayaran zakat juga dapat dilakukan melalui sejumlah platform e-commerce seperti Bukalapak, Shopee, Matahari Mall, dan Kitabisa.com.

Salah satu bentuk implementasi platform digital ini dapat dilihat pada lembaga-lembaga besar seperti BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) yang telah mengembangkan platform digital zakat untuk meningkatkan kemudahan akses dan efektivitas penghimpunan zakat. Saat ini, BAZNAS telah menyediakan lebih dari 26 platform digital yang mencakup kanal internal maupun eksternal untuk mengumpulkan zakat.

BAZNAS menyediakan kanal internal berupa situs resmi di baznas.go.id/bayarzakat dan aplikasi mobile Muzakki Corner yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam proses perhitungan dan pembayaran zakat. Di samping itu, BAZNAS menjalin kerja sama dengan berbagai platform layanan keuangan digital seperti Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja termasuk versi syariahnya, Jenius, dan Blu dari BCA Digital. BAZNAS memperluas akses layanannya dengan menjalin kolaborasi bersama bermacam macam platform e-commerce, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Matahari Mall, serta melalui platform crowdfunding seperti Kitabisa, BenihBaik, Bersedekah/Paybill, dan Ayobantu. Teknologi kecerdasan buatan turut diintegrasikan dalam layanan BAZNAS melalui chatbot 'ZAVIRA' di aplikasi LINE

serta asisten suara berbasis sistem Lenna. BAZNAS juga telah menerapkan sistem pembayaran QRIS dan menyediakan ekstensi Chrome untuk memudahkan masyarakat menunaikan zakat.

Menurut Hartono (2022), BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) telah melakukan transformasi digital dalam pengelolaan zakat membuat penghimpunan dana zakat mengalami peningkatan yang baik. Sehingga hal ini mempermudah masyarakat, termasuk muzakki di provinsi Jawa Barat, dalam membayar zakat tanpa harus datang langsung ke kantor atau masjid. Provinsi Jawa Barat termasuk wilayah dengan populasi muzakki terbanyak di Indonesia menjadi wilayah strategis dalam penerapan digital zakat ini.

Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan zakat secara online belum sepenuhnya berjalan sesuai harapan. Masyarakat menunjukkan berbagai pandangan, baik yang mendukung maupun yang meragukan. Sebagian pihak beranggapan bahwa pembayaran zakat melalui platform digital tanpa adanya akad secara langsung antara muzakki dan amil menimbulkan kekhawatiran terkait keabsahan zakat tersebut. Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat merasa ragu untuk menunaikan zakat secara online (Melati, 2023).

Situasi ini membuka kesempatan untuk mengkaji secara lebih komprehensif berbagai faktor yang memengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat menggunakan platform digital. Dalam hal ini, pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dipandang relevan untuk diterapkan sebagai alat analisis. Model UTAUT berfungsi sebagai landasan dalam memahami perilaku individu ketika mengadopsi teknologi informasi. Model ini mencakup empat aspek utama yang memengaruhi intensi serta penggunaan teknologi, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* (Anjaswati & Berakon, 2022). Sejumlah peneliti telah mengadopsi teori UTAUT sebagai kerangka teoretis dalam menelaah keputusan pengguna terhadap adopsi teknologi baru, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian oleh (Dharma & Nirwana, 2023) dan (Arianita et al, 2023).

Penelitian terdahulu oleh Khikmah (2024) mengungkapkan bahwa keempat variabel dalam model UTAUT beserta efisiensi zakat secara simultan memengaruhi keputusan dalam membayar zakat secara digital. Meskipun demikian, hanya *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* yang memberikan pengaruh yang signifikan, sementara *social influence* dan tingkat literasi zakat tidak menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pengguna. Namun penelitian ini hanya fokus pada *website* BAZNAS dan respondennya hanya muslim millennial saja.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan teori UTAUT dan mengarahkan fokus pada muzakki di Jawa Barat yang sudah atau belum menggunakan platform digital BAZNAS sebagai subjek penelitian.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan empat variabel independen yang merujuk pada komponen dalam teori UTAUT, serta satu variabel dependen berupa keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui platform digital BAZNAS. Terdapat 100 responden yang didapat dari Teknik purposive sampling untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang disebar melalui Google Forms kepada muzakki yang berdomisili di wilayah Jawa Barat. Selanjutnya, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode regresi logistik dengan aplikasi SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, responden yang perempuan sebanyak 70% dari total responden, sedangkan laki-laki mencakup 30%. Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan mendominasi partisipasi dalam survei.

Jika dilihat dari segi usia, banyaknya responden ada pada usia 18-25 tahun dengan persentase 48%. Kelompok usia 26–35 tahun berada di posisi kedua dengan 36%, diikuti oleh responden berusia 35–45 tahun sebanyak 14%, dan hanya 2% yang berusia di atas 45 tahun.

Berdasarkan pada jenis pekerjaan, responden paling banyak merupakan pegawai swasta, dengan proporsi mencapai 61%. Sisanya terdiri dari pelaku usaha mandiri sebanyak 31% dan aparatur sipil negara (ASN) sebesar 8%. Dengan demikian, karyawan swasta menjadi kelompok pekerjaan yang paling banyak dalam penelitian ini. Dari sisi penghasilan per bulan, mayoritas responden berada pada kisaran pendapatan Rp 5.000.001-Rp 10.000.000 yaitu sebesar 68%. Terdapat 19% dengan pendapatan Rp 10.000.001-Rp 15.000.000, sedangkan 7% memiliki pendapatan kurang dari Rp 5.000.000, dan sebanyak 6% yang memiliki penghasilan di atas Rp 15.000.000.

Dari sisi wilayah tempat tinggal, responden paling banyak berasal dari Kota Bandung dan Bogor, masing-masing sebanyak 21%. Karawang menyumbang 10%, diikuti oleh Bekasi sebesar 9%, Depok 8%, dan sisanya berasal dari berbagai daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Ini menunjukkan bahwa responden tersebar di berbagai kota/kabupaten di provinsi tersebut. Berdasarkan pengalaman dalam membayar zakat, sebanyak 53% responden menyatakan menunaikan zakat penghasilan, sedangkan 47% lainnya memilih zakat maal. Artinya, zakat penghasilan lebih banyak ditunaikan oleh responden.

Terkait pemanfaatan platform digital untuk pembayaran zakat, sebanyak 85% responden telah menggunakan layanan digital BAZNAS untuk berzakat, sementara 15% belum pernah menggunakannya. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden telah mengenal dan memanfaatkan fasilitas zakat digital yang disediakan oleh BAZNAS.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan untuk menilai apakah instrumen yang digunakan mampu secara tepat merepresentasikan fenomena yang sedang diteliti. Validitas suatu instrumen tercapai ketika instrumen tersebut secara tepat mengukur variabel yang menjadi tujuan pengukuran (Aini, 2021). Proses pengujian dilakukan dengan melihat nilai r hitung dan r tabel, di mana r tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (df) yang diperoleh dari rumus $df = N - 2$, dengan N menunjukkan jumlah responden. Dalam penelitian ini, terdapat 30 responden digunakan dalam uji validitas, sehingga derajat kebebasannya adalah $df = 30 - 2 = 28$. Mengacu pada tingkat signifikansi 10% (0,1) dengan uji dua sisi (2-tailed), menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,306. Instrumen tersebut dinyatakan valid apabila nilai r hitung melebihi nilai r tabel. Rincian pengujian validitas dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	1	0,784	0,306	Valid
	2	0,847	0,306	Valid
	3	0,881	0,306	Valid
	4	0,844	0,306	Valid
	5	0,680	0,306	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	1	0,874	0,306	Valid
	2	0,883	0,306	Valid
	3	0,901	0,306	Valid
<i>Social Influence</i> (X3)	1	0,835	0,306	Valid
	2	0,846	0,306	Valid
	3	0,472	0,306	Valid
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	1	0,789	0,306	Valid
	2	0,860	0,306	Valid
	3	0,862	0,306	Valid
	4	0,819	0,306	Valid

Pada Tabel 4.4 diatas seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena nilai r hitung yang

diperoleh melebihi nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi kemampuan indikator dalam memberikan hasil yang tetap dan tidak berubah saat pengujian dilakukan lebih dari satu kali (Fitriyah, 2021). Penelitian ini menerapkan nilai Cronbach's Alpha untuk menguji reliabilitas instrumen. Sebuah variabel dikategorikan reliabel jika hasil Cronbach's Alpha melebihi angka 0,60. Data hasil uji reliabilitas dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,861	0,60	Reliabel
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,863	0,60	Reliabel
<i>Social Influence (X3)</i>	0,855	0,60	Reliabel
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	0,849	0,60	Reliabel

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.5 diatas, semua item pernyataan pada semua variabel dinyatakan reliabel, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,060.

2. Method Successive Interval

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner memiliki skala ordinal, sehingga tidak dapat langsung dianalisis menggunakan metode regresi. Oleh sebab itu, data dalam skala ordinal perlu diubah menjadi skala interval agar sesuai dengan persyaratan analisis statistik yang membutuhkan data interval. Salah satu teknik transformasi yang sederhana dan umum digunakan adalah *Method of Successive Interval* (MSI) (Fajriyah & Karnowati, 2023). *Metode Successive Interval* (MSI) pada penelitian ini dilakukan agar data yang diperoleh dapat memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi logistik yang membutuhkan data berskala interval. Jika data masih berada dalam skala ordinal, hal ini dapat menyebabkan interpretasi yang tidak akurat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dapat diterapkan metode transformasi MSI (Aini & Paksi, 2024).

Pada penelitian ini, proses transformasi dengan MSI dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi Microsoft Excel.

3. Analisis Regresi Logistik Biner

Regresi logistik biner yaitu bentuk regresi nonlinier yang diterapkan ketika variabel terikat bersifat dikotomik atau terdiri dari dua kategori, yaitu seperti nol dan satu, serta mengikuti distribusi binomial. Sementara itu, variabel independennya dapat berupa data numerik maupun kategorik. Temuan dari analisis regresi logistik biner ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Logistik Biner

Variabel	B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp (B)
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	.712	.217	10.714	1	.001	2.037
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	-.872	.832	1.099	1	.294	.418
<i>Social Influence (X3)</i>	.686	.786	.760	1	.383	1.985
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	1.011	.336	9.028	1	.003	2.748
Constant	-14.899	6.572	5.140	1	.023	.000

Berdasarkan tabel tersebut, persamaan dalam analisis regresi logistik biner dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = -14,899 + 0,712X_1 - 0,872X_2 + 0,686X_3 + 1,011X_4 + 6,572$$

Interpretasi terhadap hasil model regresi logistik yang telah disajikan yaitu sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar $-14,899$ menjelaskan ketika semua variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* memiliki nilai nol, maka log-odds dari muzakki menggunakan platform zakat digital adalah sebanyak $-14,899$.
- Nilai koefisien pada variabel *performance expectancy* menunjukkan bahwa kenaikan sebesar 1 unit pada variabel tersebut akan meningkatkan log-odds sebanyak 0,712. Ini membuktikan bahwa semakin tinggi muzakki merasakan manfaat dari penggunaan platform digital zakat (efisiensi, kemudahan, kenyamanan), maka semakin meningkat keputusan mereka untuk menggunakan platform zakat digital BAZNAS.
- Nilai koefisien pada variabel *effort expectancy* bahwa kenaikan sebesar 1 unit pada variabel tersebut akan menurunkan log-odds penggunaan platform zakat digital sebesar 0,872. Berdasarkan data yang ada menunjukkan mayoritas responden sudah terbiasa menggunakan teknologi digital, sehingga kemudahan bukan lagi faktor utama yang dipertimbangkan.
- Nilai koefisien pada variabel *social influence* menunjukkan bahwa kenaikan sebesar 1 unit pada variabel tersebut akan meningkatkan log-odds sebanyak 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, tokoh agama, maupun masyarakat terhadap keputusan muzakki, maka semakin meningkat keputusan mereka untuk menggunakan platform digital zakat BAZNAS.
- Nilai koefisien pada variabel *Facilitating Conditions* bahwa kenaikan sebesar 1 unit pada variabel tersebut akan meningkatkan log-odds sebesar 1,011. Ini membuktikan bahwa semakin tinggi dukungan yang dirasakan oleh muzakki, seperti ketersediaan infrastruktur teknologi, kemudahan akses aplikasi, dan bantuan teknis yang memadai, maka semakin meningkat keputusan muzakki menggunakan platform digital zakat BAZNAS.

4. Uji Kelayakan Regresi

Pengujian ini dilaksanakan untuk menilai sejauh mana model yang dikembangkan sesuai dengan data empiris, sehingga dapat dipastikan tidak terjadi perbedaan secara signifikan antara model dan data observasi (Fitriyah, 2021). Uji ini dapat dilihat dari nilai Hosmer Lemeshow. Apabila nilai signifikansi (p-value) pada uji Hosmer-Lemeshow lebih besar dari 0,05, maka model regresi dianggap sesuai dan layak untuk digunakan. Sebaliknya, jika kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka model dinilai tidak sesuai atau tidak layak diterapkan dalam penelitian. Hasil pengujian keseluruhan model regresi logistik dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji Kelayakan Model Regresi

Step	Chi-Square	df	Sig.
1	1.343	8	.995

Pada hasil uji Hosmer-Lemeshow yang ditampilkan pada tabel 4.6, pada nilai chi-square sebesar 1,343 dengan signifikansi sebesar 0,995. Karena nilai tersebut melebihi batas signifikansi 0,05, maka model dinyatakan sesuai dan layak untuk digunakan pada penelitian ini.

5. Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Pengujian terhadap keseluruhan model dilakukan guna mengevaluasi kecocokan data dalam penerapan analisis regresi logistik. (Fitriyah, 2021). Uji ini dilaksanakan dengan cara melihat nilai -2 Log Likelihood (-2LL) pada Block 0 dan nilai -2LL pada blok 1.

Jika terjadi penurunan nilai -2LL dari Block 0 ke Block 1 menunjukkan adanya peningkatan kemampuan model dalam memproyeksikan variabel dependen. Rincian hasil uji keseluruhan model ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.8 Uji Keseluruhan Model

-2 Log Likelihood	Nilai
1. <i>Block 0</i>	84.542
2. <i>Block 1</i>	22.799

Pada tabel 4.7 nilai -2 Log Likelihood pada blok 0 tercatat sebesar 84.542, sementara pada blok 1 menurun menjadi 22.799. Penurunan nilai ini mengindikasikan bahwa penyertaan variabel bebas ke dalam model memberikan peningkatan terhadap kemampuan model dalam memprediksi keputusan muzakki dalam menunaikan zakat melalui platform digital BAZNAS.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam regresi logistik, indikator koefisien determinasi ditunjukkan melalui nilai Nagelkerke R Square. Nilai ini dilihat untuk mengukur seberapa besar variabel bebas berperan dalam mendeskripsikan variabel terikat (Aini, 2021). Apabila nilai *Nagelkerke R Square* mendekati angka 1 maka kemampuan prediksi model semakin kuat. Rincian hasil uji koefisien determinasi (R^2) ditampilkan dalam tabel berikut.:

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	22.799	.461	.807

Tabel 4.8 ini menunjukkan nilai Nagelkerke R Square mencapai 0,807. Nilai ini hampir mendekati batas maksimal, yaitu 1, yang berarti model mampu menjelaskan variabel keputusan muzakki dalam menunaikan zakat melalui platform digital BAZNAS dengan tingkat ketepatan yang tinggi. Nilai ini menunjukkan bahwa 80,7% variasi keputusan muzakki dalam menunaikan zakat menggunakan platform digital BAZNAS dapat diuraikan oleh variabel-variabel independen dalam model.

7. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini dilaksanakan untuk mengevaluasi sejauh mana setiap variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen. Proses evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel terhadap signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi di bawah 5%, maka variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan. Sebaliknya, apabila nilainya sama dengan atau melebihi 0,05, maka variabel tersebut dianggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Hasil lengkap pengujian dijelaskan pada tabel berikut.:

Tabel 4.10 Uji Signifikansi Parsial

Variabel	B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp (B)
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	.712	.217	10.714	1	.001	2.037
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	-.872	.832	1.099	1	.294	.418
<i>Social Influence (X3)</i>	.686	.786	.760	1	.383	1.985
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	1.011	.336	9.028	1	.003	2.748
Constant	-14.899	6.572	5.140	1	.023	.000

Dari tabel diatas interpretasi terhadap uji signifikansi parsial sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi statistik untuk variabel *performance expectancy* adalah 0,001, dimana nilai ini di bawah signifikansi 5%. Maka menghasilkan variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital BAZNAS untuk menunaikan zakat.
- b. Nilai signifikansi statistik untuk variabel *effort expectancy* tercatat sebesar 0,294, dimana nilai ini di atas signifikansi 5%. Maka menghasilkan variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital BAZNAS untuk menunaikan zakat.
- c. Nilai signifikansi statistik untuk variabel *social influence* tercatat sebesar 0,383, dimana nilai ini di atas signifikansi 5%. Maka menghasilkan variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital BAZNAS untuk menunaikan zakat.
- d. Nilai signifikansi statistik untuk variabel *facilitating conditions* tercatat sebesar 0,003, dimana nilai ini di bawah signifikansi 5%. Maka menghasilkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital BAZNAS untuk menunaikan zakat.

8. Uji Signifikansi Simultan

Pengujian signifikansi secara simultan dilakukan untuk mengevaluasi apakah keempat variabel dalam kerangka teori UTAUT secara simultan berpengaruh signifikan kepada keputusan muzakki menunaikan zakat menggunakan platform digital BAZNAS. Pengujian terhadap signifikansi model secara bersama-sama dilakukan menggunakan Omnibus Test of Model Coefficients, dengan membandingkan nilai Chi-square yang dihasilkan terhadap signifikansi 5% (Saputri, 2021). Apabila nilai signifikansi di bawah angka 0,05, maka model tersebut dinyatakan signifikan. Rincian hasil pengujian tersebut dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.11 Uji Signifikansi Simultan

Omnibus Tests of Model Coefficients				
Step		Chi-Square	df	Sig.
	Step	61.473	4	.000
	Block	61.473	4	.000
	Model	61.473	4	.000

Dilihat dari Tabel 4.11, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai ini di bawah signifikansi 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa keempat variabel utama UTAUT secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki dalam menunaikan zakat menggunakan platform digital BAZNAS.

3.2 PEMBAHASAN

Variabel *Performance Expectancy* (X1) sangat berpengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital zakat. Keyakinan bahwa penggunaan platform digital dapat memberikan kemudahan dan efisiensi dalam membayar zakat menjadi salah satu alasan utama muzakki memilih *platform* digital BAZNAS. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi ini mampu mempercepat proses transaksi, memberikan akses yang jelas terhadap informasi, serta memudahkan dalam menunaikan kewajiban keagamaannya, maka keinginan untuk menggunakannya pun semakin kuat. Ekspektasi terhadap manfaat praktis yang ditawarkan oleh platform digital BAZNAS turut membentuk keputusan muzakki untuk beralih dari metode pembayaran konvensional. Dalam konteks ini, persepsi positif terhadap kegunaan teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi sistem zakat digital, yang mencerminkan tuntutan masyarakat modern akan layanan yang serba cepat, nyaman, dan transparan. Dengan demikian, BAZNAS diharapkan dapat terus meningkatkan fitur-fitur yang sesuai dengan harapan muzakki, sehingga platform digital yang disediakan tidak sekadar menjadi opsi tambahan, tetapi menjadi sarana utama dalam pelaksanaan kewajiban zakat.

Variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan *platform* digital BAZNAS. Kemudahan penggunaan suatu sistem digital sering kali dianggap sebagai faktor penting dalam

menentukan keputusan pengguna. Namun, dalam konteks zakat digital, persepsi akan kemudahan ternyata bukanlah penentu utama. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan teknologi seperti aplikasi keuangan dan transaksi daring, cenderung tidak lagi menjadikan aspek kemudahan sebagai pertimbangan utama. Muzakki lebih fokus pada sejauh mana manfaat nyata yang diperoleh, serta kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat dan sistem distribusinya. Maka dari itu, meskipun platform digital BAZNAS mudah diakses dan digunakan, keputusan pengguna lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain yang dianggap lebih relevan dan bernilai secara fungsional maupun spiritual.

Variabel *Social Influence* tidak berpengaruh kepada keputusan muzakki menunaikan zakat menggunakan platform digital BAZNAS. Pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, tokoh agama, maupun masyarakat sering kali dianggap dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan digital. Namun, dalam konteks zakat digital, keputusan muzakki cenderung lebih bersifat personal dan tidak terlalu dipengaruhi oleh pendapat lingkungan. Kepercayaan individu terhadap platform, persepsi atas manfaat yang diberikan, serta kemudahan dalam penggunaannya menjadi pertimbangan utama. Di tengah arus informasi yang luas dan akses teknologi yang semakin terbuka, masyarakat lebih mengandalkan penilaian pribadi dibandingkan dorongan eksternal. Oleh karena itu, meskipun terdapat ajakan atau rekomendasi dari orang lain, hal tersebut belum tentu cukup kuat untuk menentukan pilihan muzakki dalam menggunakan platform digital BAZNAS.

Variabel *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital BAZNAS. Ketersediaan sarana pendukung seperti akses internet yang stabil, perangkat digital yang memadai, serta bantuan teknis yang responsif menjadi salah satu faktor penting yang mendorong muzakki dalam menggunakan platform digital zakat BAZNAS. Ketika pengguna merasa bahwa infrastruktur dan dukungan yang mereka butuhkan telah tersedia dengan baik, mereka lebih yakin dan nyaman untuk bertransaksi secara daring. Kondisi digital yang mendukung tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan terhadap layanan zakat yang terintegrasi dengan teknologi. Maka dari itu, kualitas sistem dan kemudahan akses menjadi aspek yang secara nyata memengaruhi keputusan muzakki dalam memilih platform digital BAZNAS untuk menunaikan zakat mereka. Dengan demikian, BAZNAS perlu terus mengembangkan sistem serta layanan digitalnya guna memastikan pengalaman pengguna yang maksimal dan mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam berzakat melalui platform digital.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari semua pembahasan yang sudah dijelaskan diatas yaitu sebagai berikut ini:

1. Secara parsial, *Performance Expectancy* dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital BAZNAS dalam menunaikan zakat. Sementara itu, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan.
2. Keempat variabel utama dalam model UTAUT secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan platform digital milik BAZNAS. Temuan ini menggarisbawahi bahwa sinergi dari keempat faktor tersebut sangat berperan dalam mendorong pemanfaatan zakat secara digital oleh para muzakki.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat, motivasi keagamaan, keamanan dalam transaksi digital, serta tingkat literasi keuangan syariah, karena variabel-variabel tersebut juga berpotensi memengaruhi keputusan muzakki dalam menunaikan zakat secara digital. Penelitian mendatang juga dapat melakukan perbandingan antara platform digital zakat dari berbagai lembaga, seperti BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, dan lainnya, guna mengidentifikasi platform yang paling efektif serta memahami faktor-faktor pembeda yang memengaruhi keputusan muzakki di masing-masing lembaga. Selain itu,

penggunaan metode analisis lain seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) juga direkomendasikan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

4. BAZNAS perlu meningkatkan sarana pendukung pada platform zakat digital, termasuk memperkuat aspek teknis dan memastikan bahwa aplikasi serta situs web berjalan dengan optimal. Selain itu, penting bagi BAZNAS untuk mengintensifkan upaya edukasi dan sosialisasi terkait zakat digital melalui berbagai saluran, seperti kampanye media sosial, penyelenggaraan webinar, serta kolaborasi dengan influencer Muslim, guna membangun kepercayaan dan membiasakan masyarakat dalam menggunakan layanan digital BAZNAS untuk berzakat.

REFERENSI

- Aini, Nurul, and Girindra Mega Paksi. 2024. "Determinan Keputusan Generasi Z Dalam Melakukan Pembayaran Zis Melalui Digital Platform." *Islamic Economics And Finance In Focus* 3 (4): 708–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.04>.
- Aini, Qurratul. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Malang (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Blimbing Kota Malang)." Universitas Brawijaya. [https://repository.ub.ac.id/id/eprint/188693/1/Qurratul Aini.pdf](https://repository.ub.ac.id/id/eprint/188693/1/Qurratul%20Aini.pdf).
- Anjaswati, Nur, and Izra Berakon. 2022. "Utaut Dan Kepuasan Berzakat Melalui Fintech: Peran Religiositas Sebagai Variabel Moderasi." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3 (2): 211–34. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13689>.
- Arianita, Alien, Izar Alfansi, and Sularsih Anggarawati. 2023. "Analysis Factor Affecting The Use Of Digital Payment With The Extended Utaut Model." *The Manager Review* 5 (1): 91–108. <https://doi.org/10.33369/tmr.v5i1.29733>.
- Dharma, Laura Tri, and Nihlatul Qudus Sukma Nirwana. 2023. "Intensi Perilaku Muslim Gen Z Terhadap Keputusan Penggunaan Teknologi Digital Payment Dan Crowdfunding Dalam Pembayaran Zakat Infak Sedekah." *UMSIDA Preprints Server*, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.2219>.
- Hartono, Haryani Santo. 2022. "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq and Shadaqah (ZIS)." *Muslim Business and Economic Review* 1 (2): 183–204. <https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.67>.
- Jamaludin, Nur, and Siti Aminah. 2021. "Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang." *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)* 2 (2): 180–208. <https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208>.
- Kharisma, Puguh, and Prabowo Yudo Jayanto. 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>.
- Khikmah, Durrotul. 2024. "Analisis Keputusan Muslim Milenial Melalui Website Baznas (Pendekatan UTAUT)." Universitas Diponegoro. <https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/15004>.
- Melati, Arthavetaris Novelcya. 2023. "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online." Universitas Islam Negri Raden Mas Said Surakarta. [https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7760/1/skripsi artha zakat online fix.pdf](https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7760/1/skripsi%20artha%20zakat%20online%20fix.pdf).
- Mutiarazora, Mita. 2022. "Tranformasi Ekonomi Berbasis Digital." *Journal of Economics and Regional Science* 1 (2): 84–96. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.189>.
- Nilawati, Nilawati, and Khairul Rijal. 2020. "Potensi Pembayaran Zakat Secara Online Dan Offline Serta Realisasi Dana Zakat Indonesia." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 5 (2): 116–31. <https://doi.org/10.19109/https://doi.org/10.19109/ieconomics.v5i2.3535>.

- Nurhidayah, Ayu, and Muhammad Yazid. 2024. "Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf." *El-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah* 8 (2): 48–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.70136/el-iqtishod.v8i2.531>.
- Rohim, Ade Nur. 2019. "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising." *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4 (1): 59–90. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556>.
- Salsabila, Jihan Nazila. 2024. "Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat." *JSE: Jurnal Sharia Economica* 3 (2): 116–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.46773/jse.v3i2.1369>.
- Saputri, Elsa Dwi. 2021. "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi." Universitas Brawijaya. [https://repository.ub.ac.id/id/eprint/189558/1/- Elsa Dwi Saputri..pdf](https://repository.ub.ac.id/id/eprint/189558/1/-ElsaDwiSaputri..pdf).
- Wahyudin, Dudang Abdul Karim, and Abdul Aziz Solehudin. 2024. "Peran Teknologi Digital Dalam Penghimpunan Dan Pendistribusian Zakat (Studi Kasus Di Baznas Kabupaten Cianjur)." *Jurnal Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Ittihad* 1 (1): 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.62495/jes.v1i1.33>.