PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PEMBAYARAN ZAKAT MELALUI LAYANAN E-ZAKAT DENGAN LITERASI DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus Masyarakat Muslim Kota Bukittinggi)

THESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna melanjutkan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis
Program Studi Magister Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

Tati Emi Puspita Sari
NIM. 30121023

Dosen Pembimbing:

Dr.H.Asyari,S.Ag., MSi

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SMDD

BUKITTINGGI

2023

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dengan berkembangnya teknologi digital, gaya hidup masyarakat masa kini yang sangat dekat dengan perangkat dan internet berubah drastis. Pengguna internet Indonesia akan berjumlah 196,7 juta pada tahun 2020, merupakan 73,47 persen dari total populasi negara, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet[1] Pada kenyataannya, pada tahun 2016, sekitar 25,37 persen populasi menggunakan internet, dengan jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat menjadi 53,73 persen pada tahun 2020[2].

Meluasnya penggunaan teknologi dalam masyarakat kontemporer memberikan peluang penting untuk mendorong orang membayar zakat. Era digital kontemporer sebagai jawaban atas seruan BAZNAS untuk kebijakan inovasi dalam pengumpulan zakat, yang sangat terkait dengan penggunaan sistem teknologi informasi. Bentuk upaya ini merupakan inovasi optimalisasi penghimpunan dana zakat yang sedang digencar-gencarkan[3] Pelayanan zakat online ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat membayar ZIS dimanapun dan kapanpun.

Pemanfaatan teknologi di perlukan sebagai solusi permasalahan ketidak efektifnya pengumpulan zakat yang masih dilakukan secara tradisional. Lokasi atau jarak BAZ atau LAZ yang jauh dari tempat tinggal muzzaki memiliki

[1] APJII, *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (www.apjii.or.id, 2017).

[2] 'Badan Pusat Statistik', 2020.

[3] Astuti W dan Prijanto B, '*Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.Com* : *Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior', Al-Muzara'Ah*, 9.1 (2021), 44.

pengaruh 24% terhadap keenganan muzzaki untuk membayar zakat merupakan salah satu faktor yang menyebabkan tidak efektifnya penerimaan zakat[4] cara seperti ini tentunya mengindikasikan terhambatnya pengumpulan zakat dan memakan biaya operasional dalam menjemput zakat sehingga pengelolaan zakat menjadi tidak efisien.

Selain itu Abdullah Dkk[5] menjelaskan proporsi penerimaan dana zakat pada LAZ paling besar didapatkan dari cara pembayaran elektronik yakni melalui transfer penerimaannya mencapai 60-70% dari total penerimaan yang ada, dapat di simpulkan faktor teknologi dalam pengumpulan dana zakat memiliki dampak yang signifikan terhadap pengumpulan zakat

Memanfaatkan teknologi *Fintech* yang merupakan bagian dari e- zakat untuk pengelolaan ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqoh) memberikan gambaran inovasi yang sangat menjanjikan dalam meningkatkan penerimaan dan penyaluran zakat. Selain itu Jamaludin dan Aminah,[6] Masrurah[7], Hidayat & Mukhlisin[8],Muneeza & Nadw [9] menunjukkan bahwa teknologi seperti ATM, aplikasi seluler, *fintech*, dan semua aplikasi berbasis *blockchain*, kecerdasan

[4]Fathya Fikri Izzuddin dan Ibrahim Kholilul Rohman, '*Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai', Islamic Banking and Finance*, 5.2 (2022), 540–50.

[5]Muhammad Abdullah dan others, '*Factors Influencing Public Interest In Paying Professional Zakat At Baznas Kabupaten Tapin Regency', Balibangda*, 10.3 (2022), 293–308.

[6] *Nur Jamaludin dan Siti Aminah, "Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Tangerang," Management Of Zakat And Waqf Journal (Mazawa) 2, No. 2 (2021)*: 180–208.

[7]Siti Masrurah, *"Efektifitas Penyaluran Zakat, Infak Sedekah Melaui Aplikasi Online," Jurnal Andi Djemma | Jurnal Pendidikan 2, No. 1 (2019): 90–96, Http://Ojs.Unanda.Ac.Id/Index.Php/Batara/Article/View/158.*

[8]Andi Hidayat dan Mukhlisin Mukhlisin, "*Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompet Dhuafa," Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, No. 3 (2020)*: 675.

[9]Aishath Muneeza dan Shahbaz Nadwi, '*The Potential of Application of Technology-Based Innovations for Zakat Administration in India*', *International Journal of Zakat*, 4.2 (2019), 87–100 <https://doi.org/10.37706/ijaz.v4i2.191>.

buatan, dan data besar semuanya dapat membantu pengelolaan zakat yang efektif. Muzakki kini dapat membayar zakat secara online dengan memanfaatkan layanan e-zakat yang dapat diakses seperti *payroll*, *e-payment*, *e-payment commerce*, dan *crowdfunding*, dari pada membayar zakat dengan cara konvensional (manual) dengan datang langsung ke kantor OPZ dan melakukan pembayaran tunai.

Menurut situs Baznas, sejak 2016, Baznas mulai memberikan perhatian khusus pada pengumpulan ZIS secara online melalui platform digital. Selain itu, keabsahan metode pembayaran ZIS secara digital telah dikonfirmasi oleh Baznas

yakni hukumnya sah.[10] Penggunaan instrumen transaksi seperti e-money diperbolehkan dengan syarat mengikuti Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah.

Muzzaki dapat melakukan pembayaran ZIS dengan mudah melalui fitur e-zakat. Zakat dapat dibayarkan oleh muzaki kapan saja dan dari lokasi manapun, selain itu pemegang amanah yang akan diberikan kepada mustahik dapat dipilih tanpa harus datang ke kantor OPZ. Alhasil, Dorongan Muzaki untuk tetap membayar ZIS semakin meningkat. Jika layanan ini semakin populer di kalangan muzaki.maka semakin besar pula peluang untuk menerima penerimaan zakat secara online. Telah terjadi peningkatan yang luar biasa dalam pengumpulan ZIS digital dalam empat tahun terakhir, dimulai pada tahun 2016. Pada tahun 2016, ini menyumbang 1% dari semua penerimaan ZIS

[10]Baznas. (2020). *Baznas Ajak Masyarakat Zakat Digital*. Https://Baznas.Go.Id/Press_Release/Baca/Baznas_Ajak_Masyarakat_Zakat_Digit Al/531

digital; pada 2019, meningkat menjadi 14%, dan pada pertengahan 2020 meningkat menjadi 20%[11]. Hal ini cukup untuk mengkonfirmasi bahwa, selain peningkatan jumlah dana ZIS yang dikumpulkan, muzaki atau kontributor mengubah metode pembayaran ZIS mereka. Selain itu, jumlah muzakki meningkat dari tahun ke tahun yakni tahun 2015 ada 6 ribu, tahun 2016, ada 12 ribu, tahun 2017 ada 12,1 ribu, dan tahun 2018 ada 15,8 ribu, sedangkan penghimpunan zakat tumbuh lebih dari 30% pada tahun 2020.

Pertumbuhan pengumpulan e-zakat yang cukup signifikan secara nasional, mengindikasikan peluang yang sama pula pada cakupan wilayah daerah. Efektifitas pengumpulan zakat penting direalisasikan keseluruh pelosok tentunya dengan infrastruktur yang memadai. OPZ sebagai lembaga pengelola berkewajiban untuk terus meningkatkan jumlah dana zakat agar manfaat zakat dapat dirasakan secara merata dan meluas. Oleh karena itu dibutukan gagasan-gagasan, inovasi-inovasi dan strategi serta langkah nyata dalam metode pengumpulan zakat[12].

Berdasarkan data BPS 2020-2021 jumlah penduduk Kota Bukittinggi sebesar 126.645 jiwa, dengan didominasi penduduk muslim sebesar 123.303 atau sekitar 97,36% dari total penduduk. Hal ini sesuai dengan tabel berikut :

[11] Aam Slamet Rusydiana dan Nailah, "*Zakat & Technology : Bibliometric R," 4th International Conference Of Zakat Proceedings (2020)*: 311–330.

[12] Syahrullah dan Maria Ulfah, "*Response Of Indonesian Academicians Toward Factors Influencing The Payment Of Zakat On Employment Income," Research On Humanities And Social Sciences ISSN 6, No. 10 (2016)*: 87–94.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama yang dianut

No	Kepercayaan/Agama	Jumlah Penduduk	Presentase
1	Islam	123.303	97,36%
2	Kristen Protestan	2.057	1,62%
3	Katolik	1.114	0,88%
4	Hindu	5	0,03%
5	Budha	166	0,11%
	Jumlah	126.645	100%

Sumber data : BPS 2021

Adapun penetrasi penggunaan internet melalui hasil survei APJII 2022 provinsi Sumatera Barat memiliki presentase sebesar 75,4 % dari total penduduk[13]. Sementara itu pengetahuan serta kemampuan pengoperasian teknologi pada masyarakat Sumatera Barat telah menunjukkan angka yang cukup baik sebagaimana survei dilakukan oleh Kominfo melalui Katadata Insight Center, Indeks Literasi Digital pada Provinsi Sumatera Barat sebesar 3,69 %. Ini menunjukkan Provinsi Sumatera Barat dengan penetrasi yang besar. Merujuk dari data tersebut BAZNAS wilayah Bukittinggi saat ini tengah menjalankan layanan e-zakat yakni dengan menggandeng platform *crowdfunding* yang ada serta penggunaan *financial technology* diantaranya seperti paltform kitabisa.com, layanan transfer via bank melalui gopay, OVO, Shopeepay, Dana & Paytren. Berikut rincian dana ZIS yang telah berhasil dihimpun oleh BAZNAS Kota Bukittinggi. Layanan ini telah berjalan selama 2 tahun dari tahun 2019 hingga saat ini. Pengumpulan dana ZIS secara tradisional dan digital disajikan sebagai berikut :

[13] Apjii. (2017). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 51. Www.Apjii.Or.Id*

Tabel 1.2
Target dan Realisasi Penghimpunan Dana ZIS

Keterangan	Tahun		
	2019	2020	2021
Target Penghimpunan Dana ZIS	2.422.600.000	2.536.000.000	2.803.650.000
Realisasi Penghimpunan Dana	2.180.633.475	2.220.062.126	2.643.768.610
Persentase Capaian	90%	88%	94%

Sumber : Baznas Kota Bukittinggi 2022

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan adanya eksistensi dari layanan e-zakat pada masyarakat kota Bukittinggi. Hingga saat ini tercatat penghimpunan dana ZIS melalui layanan e-zakat sudah mencapai 32,19 % dari total penghimpunan dana ZIS atau 39.691 jiwa dari total penduduk muslim Kota Bukittinggi.

Memanfaatkan pendekatan konseptual *Technology Acceptance Model* penulis tertarik untuk mengkaji persepsi masyarakat dalam menerima keberadaan layanan zakat berbasis digital guna mengkaji dan mengevaluasi aspek-aspek yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. Davis mengembangkan hipotesis ini pada tahun 1989 sebagai model studi. Model ini paling banyak digunakan dalam penelitian serta menggambarkan sikap masyarakat tentang adopsi teknologi.

Tujuan penggunaan teori TAM untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat dalam menggunakan layanan e-zakat, secara langsung yang ditinjau dari persepsi kemudahan, kemanfaatan terhadap teknologi yang secara teori diasumsikan dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan e-zakat. Jamaludin dkk [14]; Wiharjo & Hendratmi[15]; Kharisma & Jayanto[16], Suyanto &

[14] Norhatini Jamaludin, Norazlina A B D Wahab, dan A B U Bakar Hamed, *"Muslims Perception On Online Zakat Usage In Kuala Lumpur," Journal Of Muamalat And Islamic Finance Research 14, No. 1 (2017)*: 55–71.

Kurniawan[17]; dan Purwanto dkk[18]; menemukan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh postifif dan signifikan terhadap minat dalam penerimaan teknologi.

Namun terdapat hasil temuan berbeda dalam penelitian Ramadhan Dkk[19] yang menemukan bahwa minat dalam penerimaan teknologi tidak dipengaruhi oleh persepsi kegunaan. Selanjutnya Wiharjo & Hendratmi[20]; Norhatini Jamaludin dkk.[21], Ichwan [22], Amalia[23] menemukan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi manfaat yang dirasakan memiliki terhadap minat dalam penerimaan teknologi. Namun penelitan lain Astuti & Prijanto, 2021)[24] menemukan bahwa aspek kegunaan atau manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penerimaan teknologi.

---

[15] Achsania Hendratmi Wiharjo, Bahana dan Departemen, "*Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia," Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan 6, No. 2 (2019)*: 331–343,

[16] Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah," Akses: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 16, No. 1 (2021)*: 47–56.

[17] Suyanto Suyanto dan Taufan Adi Kurniawan, '*Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)', Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16.1 (2019)*

[18] Purwanto Purwanto, Muhammad Sulthon, dan Milna Wafirah, "*Behavior Intention To Use Online Zakat: Application Of Technology Acceptance Model With Development," Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf 8, No. 1 (2021)*: 44.

[19] Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana, "*Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money," Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis 13 (2016)*: 1–15, *Https://Ejournal.Unisnu.Ac.Id/Jdeb/Article/View/470/833*.

[20] Wiharjo, Bahana dan Departemen.

[21] Jamaludin, Wahab, dan Hamed.

[22] Afiful Ichwan, "*Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay," Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, No. 2 (2020)*: 129–135.

[23] Siti Nur Annisa Amalia, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Teoty Of Planned Behavior," Iqtishaduna 9, No. 1 (2018)*: 65–78.

[24] Windi Astuti dan Budi Prijanto, "*Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.Com: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior," Al-Muzara'ah 9, No. 1 (2021)*: 21–44.

Adapun teori persepsi keamanan ditujukan untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat dalam menggunakan layanan e-zakat ditinjau dari melihat sisi keamanan dalam penerimaan teknologi. Berdasarkan penelitian Wiharjo & Hendratmi[25], Ramadhan Dkk[26], Fitri [27], Santi Dkk[28] menemukan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam penerimaan teknologi. Namun hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Jamaludin Dkk [29] yang menemukan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat dalam penerimaan teknologi.

Selain itu, peneliti juga akan membahas dan menganalisis skema penelitian pengaruh tidak langsung terhadap minat menggunakan layanan e- zakat dengan menambahkan efek moderasi. Digital literasi diperuntukan untuk digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan Ichwan[30]; Tantriana & Rahmawati,[31]; Salsabila[32], menujukkan digital literacy mempengaruhi minat penerimaan teknologi dalam hal ini keputusan dalam membayar zakat secara online. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengidentifikasi dan menganalisa minat menggunakan layanan e-zakat dengan

[25] Wiharjo, Bahana dan Departemen, "*Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia*."

[26] Ramadhan, Prasetyo, dan Irviana, "*Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*."

[27] Isnani Nurannisa Fitri, "*Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu E- Money Sebagai Alat Transaksi," Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya 4, No. 1 (2016)*.

[28] Senja Clara Santi, Moh Agung Surianto, dan Eva Desembrianita, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Financial Technology (Gopay) Di Kabupaten Gresik," Jpim : Jurnal Peneliian Ilmu Manajemen 6, No. 3 (2021)*: 256–270.

[29] Jamaludin, Wahab, dan Hamed.

[30] Ichwan.

[31] Deasy Tantriana dan Lilik Rahmawati, "*The Analysis Of Surabaya Muzaki's Preference For Zakat Payment Through Zakat Digital Method," International Conference Of Zakat, No. 23 (2019).*

[32] Fadhilah Salsabila, "*Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar," Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan 10, No. 2 (2009*): 93–104.

menggunakan pendekatan teori TAM, persepsi keamanan dan digital literasi sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan dari uaraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul: "**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan atau Privasi Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi" (Studi Kasus Masyarakat Muslim Kota Bukittinggi)**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasaan latar belakang masalah daiatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi keamanan atau privasi secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-zakat?
2. Apakah persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi keamanan atau privasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat?
3. Apakah literasi digital mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat?
4. Apakah literasi digital mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat?
5. Apakah literasi digital mampu memoderasi hubungan antara persepsi keamanan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah berdasarkan latar belakang topik dan rumusan masalah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi keamanan atau privasi terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis literasi digital mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.
3. Untuk mengetahui dan memahami kemampuan literasi digital memoderasi variabel persepsi kemudahan, kemanfaatan dan keamanan pada minat menggunakan layanan e-zakat.
4. Untuk mengetahui dan memahami variabel literasi digital mampu memoderasi hubungan antara persepsi keamanan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

   Bagi peneliti salah satu syarat penyelesaian studi dan memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (ME) pada program studi pascasarjana ekonomi syariah, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Manfaat Praktis

   Manfaat praktis diharapkan dalam penelitian ini adalah bahwa

seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan dan memperoleh pengetahuan empiris mengenai penerapan fungsi-fungsi ekonomi syariah. Bagi pihak yang berkepentingan dapat diterima sebagai kontribusi untuk melihat sejauh mana minat membayar zakat masyarakat muslim kota Bukittinggi.

3. Manfaat Keilmuan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah secara konsepstual maupun secara terapan dalam kehidupan sehari-hari dalam melakukan aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

1.5.Kontribusi Penelitian

Dari hasil penelitian dapat digunakan sebagai insrumen memperkenalkan atau membumingkan teori ekonomi syariah pada transaksi jual beli secara syariah, dan juga dapat dijadikan sebagai rujukan bagi pembaca dalam menjalan aktivitas ekonomi dan para akedemisi bisa menjadikan referensi dari hasil penelitian ini secara teoritis maupun temuan.

1.6.Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meliputi objek penelitian yaitu variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi keamanan dan literasi digital. Ketertarikan menggunakan layanan e-zakat bagi muzzaki di Kota Bukittinggi menjadi subyek penelitian ini. Sedangkan ruang lingkup penelitian ini diselesaikan dalam waktu 3-4 bulan, dengan waktu pengumpulan data selama 1-2 bulan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

2.1.1. Pengertian *Technology Acceptance Model* TAM

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah model untuk merangkul solusi teknologi informasi yang dihadapi konsumen. Davis dan rekan membuat TAM berdasarkan TRA. Untuk paradigma TRA, TAM menambahkan dua konstruksi utama. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua konstruksi kunci[33]

Technology Acceptance Model adalah satu di antara banyak teori yang memakai proses teori perilaku (*behavioral theory*) yang paling sering digunakan dalam mempelajari perkembangan suatu aklimatisasi system teknologi informasi. Tipe teori ini, dan unsurnya dapat di jadikan tolak ukur dalam memprediksi perilaku penerimaan terhadap teknologi. TAM memberikan dasar dalam melihat seberapa besar pengaruh reaksi individu secara eksternal akan keyakinan, perilaku dan arahan terhadap penggunanya. Ada dua variabel yang mempengaruhi asumsi seseorang dalam menerima teknologi informasi:

1. Persepsi kemudahan penggunan *(Perceived Ease Of Use)*

Dapat dimaknai bahwa Tingkat di mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan teknologi tidak akan menyakitkan ditandai

[33] 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

sebagai persepsi kemudahan penggunaan. *("is the extent to which a person believes that using a technology will be free of effort.")* Dengan kata lain, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem mudah digunakan, dia akan menggunakannya. Davis menciptakan konstruk ini menggunakan enam item yang sama sebagai konstruk utilitas yang dirasakan. *Easy of Learn, Controllable, Clear & Understandable, Flexible, Easy to Become Skillful, dan Ease to Use* merupakan keenam item tersebut.

2. Persepsi kemanfaatan *(Perceived of Usefulness)*

Dapat didefiniskan jumlah dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dicirikan sebagai kegunaan yang dirasakan. *("as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance").* Akibatnya, jika seseorang menemukan sistem yang berguna, dia akan menggunakannya. Menurut penelitian sebelumnya, manfaat yang dirasakan memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar pada penggunaan system informasi. Menurut Davis, konstruksi ini terdiri dari enam komponen. Enam item dalam daftar tersebut adalah: Bekerja Lebih Cepat, Performa Kerja, Meningkatkan Produktivitas, Efektivitas, Mempermudah Pekerjaan, dan Bermanfaat.

2.1.2. Konstruk *Technology Acceptance Model (*TAM)

Terdapat lima konstruk digunakan dalam teori TAM, berikut

penjelasannya[34]:

1. Persepsi kemudahan penggunan *(Perceived Ease Of Use)*

   Definisi persepsi kemudahan (perceived ease of use) oleh Davis adalah : *"the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts"*. Kemudahan pemakaian diartikan seperti kondisi seorng individu mempercayai bahwa menggunakan suatu system informasi tidak memerlukan usaha apapun (*free of effort*) atau penggunaan terhadap teknologi tersebut dapat dengan mudah di pahami oleh si pemakai. Menurut Nasution, menjelaskan dengan pemakaian teknologi informasi dapat meyakinkan pengguna dengan adanya teknologi yang lebih mudah dalam penyesuaian penggunaan, dapat mudah dipahami, dan dalam penggunaanya[35]

2. Persepsi kemanfaatan *(Perceived of Usefulness)*

   Perceived of usefulness merupakan tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui pemakaian sistem teknologi informasi yang di yakini memberikan manfaat untuk yang menggunakan. Persepsi kemanfaatan adalah pengertian seorang pengguna mempercayai dengan menggunakan suatu sistem maka dapat menaikan tingkat kinerja seseorang. *Perceived of usefulness* bisa diukur dengan beberapa indikator contoh menaikkan tingkat kinerja seseorang,

[34] Erlangga Andi Sukma, Musthofa Hadi, dan Farika Nikmah, "*Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users*," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 4, No. 2 (2019): 112–121.

[35] Suyanto dan Kurniawan, "*Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech Pada Umkm Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)."*

memberikan kemudahan dalam pekerjaan, dan memberikan semua manfaat dari teknologi[36].

3. Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Using)*

Davis mendefinisikan *Attitude* (sikap), juga dikenal sebagai *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan), sebagai sentimen baik atau negatif seseorang tentang menyelesaikan perilaku yang direncanakan ("perasaan positif atau negatif individu tentang melakukan perilaku target"). Menurut Dayan dan Mirna, sikap pengguna terhadap penggunaan (perilaku) adalah penilaiannya terhadap keinginannya untuk menggunakan sistem (*"the user's evaluation of the desirability of his or her using the system'')*

4. Niat Perilaku untuk menggunakan *(Behavioral intention to use) Behavioral intention to use* (niat perilaku untuk menggunakan)

Adalah suatu kehendak (niat) individu dalam melaksanakan suatu tindakan tertentu. Seorang individu dapat berperilaku (*behavior*) memiliki kehendak atau niat (*behavioral intention*) untuk dapat memenuhi keinginannya. Karangan ilmiah sebelumnya memperlihatkan niat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah perkiraan yang baik dalam penggunaan teknologi oleh di pengguna.

5. Penggunaan sesungguhnya *(actual use)*

Perilaku (*behavior*) merupakan reaksi individu yang diberikan

[36] Hadi Nugroho, Usep Suhud, dan Rochyati Rochyati, "*Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (Tam) Dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa Di Jakarta Untuk Menggunakan Tablet*," *Communicare : Journal Of Communication Studies* 5, No. 1 (2019): 45.

oleh seseorang. Perihal ini memperlihatkan pengguna system teknologi informasi, perilaku (*behavior*) merupakan pemakai sesungguhnya *(actual use)* dalam pengguna teknologi. Lantaran seorang pengguna sesungguhnya tidak dapat ditinjau oleh peneliti yang menjadikan daftar pertanyaan untuk itu pengguna sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pengguna persepsi[37].

2.1.3. Bentuk Teori TAM

Setelah diberitahukan oleh Davis pada tahun 1986, model TAM sering di pakai dan dikembangkan para peneliti lainnya. Pada sebab itu, pada perkembangannya banyak mendapat perubahan, contohnya penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 1996[38]. Hal ini serupa dengan komentar Chuttur dari tahun 2009[39], di mana model TAM diubah untuk menghilangkan sikap terhadap penggunaan variabel. Gahtani melakukan penelitian serupa yang memodifikasi model TAM dengan mengintegrasikan faktor (niat perilaku untuk menggunakan) dan pemanfaatan sistem yang sebenarnya. Perubahannya seperti pada gambar di bawah ini :

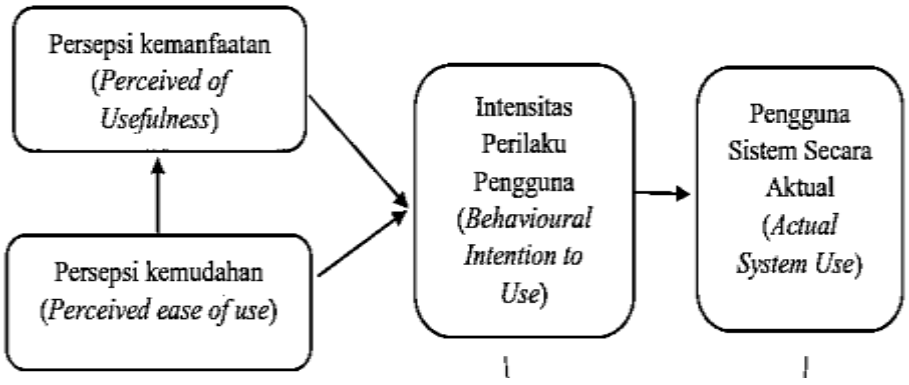
---

[37] Reny Nadlifatin, Bobby Ardiansyahmiraja, dan Satria Fadil Persada, "*The Measurement Of University Students' Intention To Use Blended Learning System Through Technology Acceptanc Model (Tam) And Theory Of Planned Behavior (Tpb) At Developed And Developing Regions: Lessonslearned From Taiwan And Indonesia*," *International Journal Of Emerging Technologies In Learning* 15, No. 9 (2020): 219–230.

[38] Fred D. Davis dan Viswanath Venkatesh, "*A Critical Assessment Of Potential Measurement Biases In The Technology Acceptance Model: Three Experiments*," *International Journal Of Human Computer Studies* 45, No. 1 (1996): 19–45.

[39] Mohammad Chuttur, "*Overview Of The Technology Acceptance Model: Origins , Developments And Future Directions,*" *Sprouts: Working Papers On Information Systems* 9, No. *37 (2009): 1–23, Http://Sprouts.Aisnet.Org/9-37.*

Gambar 2.2
Model TAM menurut Chuttur dan Ghatani



Persepsi kemudahan dan kemanfaatan bagi penggunaan akan berpengaruh pada sikap pemakai system informasi dan akhirnya memiliki pengaruh kepada keadaan tingkat penggunaan. Sesudah itu manfaat dapat mempengaruhi pemakaian secara intensif.

2.2. Teori Persepsi Keamanan

Sejumlah penelitian terkait dengan persepsi keamanan berasal dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989)[40]. Studi ini menyelidiki dampak keamanan yang dirasakan pelanggan terhadap niat mereka untuk membeli melalui situs web B2C dengan memasukkan persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan pelanggan sebagai faktor mediasi dalam hubungan itu[41]. Karena penelitian ini mengkaji penerimaan e-niaga, model penelitian didasarkan

[40] *Margaret B Davis, 'Lags in Vegetation Respon to Green House Warming', 1989,* 75–82.

[41] Edward Hartono Et Al., "*Measuring Perceived Security In B2c Electronic Commerce Website Usage: A Respecification And Validation," Decision Support Systems 62* (2014): 11–21, *Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Dss.2014.02.006.*

pada Model Penerimaan Teknologi oleh Venkatesh dan Davis (2000)[42]. Penelitian yang diperkenalkan oleh Venkatesh dan Davis (2000)[43] tidak memasukkan konstruk "sikap terhadap penggunaan" sebagai pengembangan dari Model Davis [44].

Ketika seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak akan menimbulkan bahaya bagi pengguna, mereka dikatakan memiliki persepsi keamanan atau privasi[45] Kemungkinan subjektif konsumen bahwa informasi mereka tidak akan dibaca, disimpan, atau diubah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab didefinisikan sebagai keamanan yang dirasakan. Akibatnya, keamanan adalah fitur teknis yang memastikan integritas transaksi, kerahasiaan, otentikasi, dan non- pengakuan. Ketidakmungkinan data dikirim, disimpan, dan diubah oleh pihak ketiga tanpa izin disebut sebagai integritas sistem informasi, dan kerahasiaan data hanya dapat dilihat oleh individu yang berwenang[46].

Menurut Aprilia[47], tingkat kepercayaan seseorang terhadap keamanan teknologi dapat diwakili oleh persepsi mereka tentang keamanan. Persepsi keamanan konsumen didefinisikan sebagai keyakinan mereka

---

[42] Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, "*Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," Management Science 46, No. 2* (2000): 186–204.

[43] Venkatesh dan Davis, *"Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies."*

[44] Davis.

[45] Ravi Kalakota Et Al., *"[Pdf] Electronic Commerce : A Manager ' S Guide"* (1997): 431.

[46] Carlos Flavián, Miguel Guinalíu, And Raquel Gurrea, "*The Role Played By Perceived Usability, Satisfaction And Consumer Trust On Website Loyalty," Information And Management 43, No. 1* (2006): 1–14.

[47] Aprilia Eka Sari, '*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan', Sain Pemasaran Indonesia, XIII.1* (2014), 55–73.

bahwa informasi pribadi mereka aman dan terjamin karena telah disimpan dan tidak dapat diubah oleh pihak ketiga. Akibatnya, pengguna teknologi yang sangat aman mungkin merasa lebih nyaman.

Keamanan sangat penting dalam sebuah sistem informasi. Namun, ini akan menjadi masalah besar dalam hal keamanan sistem informasi perusahaan, terutama untuk organisasi keuangan yang berurusan dengan data keuangan yang sangat rahasia. Saat menentukan apakah akan menggunakan internet banking atau tidak, salah satu masalah yang paling penting untuk dipertimbangkan adalah keamanan. Konsumen tidak akan menggunakan internet kecuali mereka yakin internet aman dan terjamin[48].

Penegasan teoritis Rahardjo keamanan informasi berkaitan dengan bagaimana kita dapat mencegah atau mendeteksi penipuan (*cheating*) dalam sistem berbasis informasi, ketika data tidak memiliki substansi fisik. Dengan demikian, salah satu variabel penting yang mempengaruhi minat menggunakan layanan e-zakat adalah keamanan. Semakin baik tingkat keamanan, semakin tinggi tingkat kepercayaan di kalangan muzzaki, dan semakin besar minat untuk mengadopsi e-zakat.

2.3.Teori Literasi Digital

Penulis akan lebih memfokuskan penekanan pada Literasi Digital dalam penelitian ini. Ungkapan "literasi digital" sering disalahgunakan untuk merujuk pada keberhasilan penggunaan teknologi informasi dan

[48] Alshurideh, M. T., Al Kurdi, B., Masa'deh, R., & Salloum, S. A. (2021). *The Moderation Effect Of Gender On Accepting Electronic Payment Technology: A Study On United Arab Emirates Consumers. Review Of International Business And Strategy*, *31*(3), 375–

komunikasi dalam arti sempit (TIK)[49]. M Richard mengatakan bahwa istilah "literasi" telah memperluas definisinya di luar "kemampuan untuk membaca dan menulis." Ungkapan “literasi digital” telah berkembang seiring dengan kemajuan era digital, dan diartikan sebagai kemampuan untuk memahami informasi yang diberikan secara digital. Publik dapat dengan bebas mengedit, memformat ulang, dan mengubah pemandangan, suara, dan kata-kata menjadi hari ini, yang berarti "kemampuan untuk memahami informasi yang ditawarkan.

Literasi digital adalah kemampuan untuk beradaptasi, memahami, menganalisis, dan menggunakan perkembangan teknologi informasi yang berkembang untuk menghindari terhambat oleh alat dan sumber daya sebelumnya dan untuk membuat penilaian yang tepat tentang mengadopsi yang suatu hal baru[50]. Memahami pengaturan teknologi manusia, organisasi, dan masyarakat, serta kriteria untuk mengevaluasinya, jelas merupakan bagian dari ini.

Paul Gilster[51] menetapkan gagasan Literasi Digital dalam bentuknya saat ini. Gilster mendefinisikan Literasi Digital sebagai kapasitas untuk menyerap dan memanfaatkan informasi dari berbagai sumber digital. Tibor Koltay membagi keterampilan Literasi Digital ini menjadi beberapa bagian berikut :

---

[49] Elhajjar, S., & Ouaida, F. (2020). *An analysis of factors affecting mobile banking adoption*. *International Journal of Bank Marketing*, *38*(2), 352–367. https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055

[50] Douglas AJ Belshaw, *‘What Is “ Digital Literacy ”? A Pragmatic Investigation’, Durham E-Theses Online*, *0* (2012), 0–274.

[51] Paul Gilster, ‘*Related Papers Digit Al Lit Eracy by By’*, 1997, 1–145.

Pengumpulan informasi (information gathering) yang disandingkan dengan berpikir kritis merupakan kombinasi yang ampuh.;

1. Ada akses informasi, serta penyebaran dan berbagi informasi tersebut. Karakteristik ini tidak selalu ada dalam teori dan praktik literasi informasi. Ia berpotensi menjadi elemen fundamentalnya, seperti yang akan kita bahas nanti.
2. Kemampuan untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya dari banyak sumber dikenal sebagai pengumpulan pengetahuan.
3. Kemampuan untuk mendapatkan data yang akurat dari banyak sumber dikenal sebagai *knowledge pooling.*

Literasi digital mengacu pada kemampuan untuk menghadapi perkembangan teknologi digital pada tingkat teknologi, kognitif, dan sosial. Untuk mengatasi hambatan sosiologis, kognitif, dan pedagogis yang ditimbulkan oleh peningkatan penetrasi internet, pengguna harus melek digital. Keterampilan ini mencakup kemampuan untuk mengoperasikan komputer dan mengakses informasi secara efektif, menguasai sejumlah besar data, menilai kebenaran data, dan memeriksa secara kritis sifat perangkat teknis.

Literasi Digital, menurut Martin, menonjolkan makna dan signifikansinya yang luas di media. Literasi digital diartikan sebagai kesadaran, sikap, dan kapasitas seseorang untuk menggunakan alat dan fasilitas berbasis digital untuk menemukan, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menilai, menganalisis, dan mensintesis sumber daya

teknis, memperoleh pengetahuan baru, menghasilkan ekspresi media, dan berinteraksi dengan orang lain. Untuk memungkinkan partisipasi masyarakat yang konstruktif dalam penciptaan keadaan hidup tertentu

Sada berpikir bahwa pemahaman yang baik tentang teknologi adalah bahan yang paling penting bagi umat Islam untuk mencapai kesejahteraan manusia, dan bahwa ilmu pengetahuan alam adalah untuk mencapai keseimbangan dan kesempurnaan di semua bagian kehidupan.

2.4.Digitalisasi Zakat

Kata "zakat" memiliki beberapa arti menurut istilah sastra: berkah, tumbuh, berkembang, suci dan rapi. Sedangkan dalam perspektif hukum Islam, kata "zakat" sering diartikan sebagai bagian dari harta yang diberikan kepada sekelompok orang yang berhak menerima zakat menurut ajaran Islam (Al-Qaradhawi, 2000). Oleh karena itu Akibatnya, zakat adalah alat Islam yang mendistribusikan kekayaan kelompok tertentu (muzakki) kepada yang ditentukan oleh Al-Qur'an (mustahik) dan dialokasikan menurut prosedur dan pertimbangan fikih.

Dalam ajaran Islam, zakat memiliki kedudukan yang penting. Ini adalah salah satu dari lima pilar dalam Islam dan dianggap sebagai salah satu lembaga utama dalam ekonomi Islam yang bertujuan untuk mendistribusikan kembali pendapatan dan memastikan keadilan social 52. Karena makna dan tujuan zakat pada dasarnya berasal dari etika Islam yang bersumber dari kesatuan pengetahuan monoteistik, zakat juga dapat

[52] Ruhul Salim, Mohammad Zakir Hossain, dan Nasser Al-Mawali, '*Distribution of Wealth and Resources in Islam: Restoring Social Justice, Peace and Prosperity', International Journal of Economic Research*, 13.2 (2016), 571–86.

dianggap sebagai institusi ekonomi-etika.

Zakat juga dipandang sebagai salah satu bentuk modal sosial dalam masyarakat Muslim yang bertujuan untuk memberikan dampak pada kesejahteraan sosial. Dalam hal ini, dampak zakat dapat dirasakan pada tingkat individu dan masyarakat. Secara individu, memberi dari kekayaan pribadi melalui zakat diharapkan dapat membersihkan pikiran orang dari keegoisan dan menimbun kekayaan, seperti yang dikatakan dalam Al-Qur'an (AtTaubah 9: 34-35) dan mengurangi kecenderungan keserakahan (Al-Qaradhawi, 2000). Namun, di tingkat masyarakat, zakat terbukti memiliki peran positif dalam mengurangi kemiskinan dan ketimpangan pendapatan, meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi penerima manfaat dan membangun fasilitas pendidikan dan kesehatan yang berkualitas (Ahmed & Habib, 200453; Qadri & Bhatti, 2019)54.

Untuk mewujudkan tujuannya, masyarakat Muslim berupaya mengelola zakat secara profesional. Seiring dengan perkembangan teknologi, organisasi zakat secara global juga mulai mengadopsi teknologi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya55. Teknologi digital juga semakin banyak digunakan oleh lembaga zakat di Indonesia, mulai dari pengumpulan, pendistribusian, pengelolaan dan edukasi zakat terkait literasi

[53] Habib Ahmed, *Role Of Zakah And Awqaf In Poverty Alleviation*, N.D.

[54] Hussain Mohi Ud Din Qadri dan M. Ishaq Bhatti, "*The Growth Of The Islamic Finance And Banking Industry: An Introductory Note," The Growth Of Islamic Finance And Banking: Innovation, Governance And Risk Mitigation* C, No. Wiefc (2019): 1–5.

[55]Wan Nur Azira Wan Mohamed Salleh, Siti Zaleha Abdul Rasid, dan Rohaida Basiruddin, *"Towards Transforming Zakat Collection And Distribution Roles Using Digital Wallet In Support Of Social Justice And Social Financing,*" *Open International Journal Of Informatics (OIJI)* 7, No. 2 (2019): 95–103.

zakat.

Penerapan teknologi informasi juga diperkuat dalam rencana strategis BAZNAS. Berdasarkan rencana strategis, adopsi teknologi diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penghimpunan zakat. Hal ini juga dianggap sebagai inovasi untuk meningkatkan potensi pengumpulan dan penyaluran zakat. Adopsi teknologi ditandai dengan hadirnya program zakat digital, di mana beberapa lembaga zakat berkolaborasi dengan platform crowdfunding untuk menyediakan layanan pembayaran zakat secara online56. Pelaksanaan program ini terus berlanjut hingga saat ini.

2.5. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian

2.5.1. Persepsi kemudahan penggunan *(Perceived Ease Of Use)*

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai ukuran pandangan pengguna bahwa menggunakan teknologi dapat memberikan fleksibilitas dalam hal tidak harus mengerahkan upaya tambahan. Davis (1989)[57] mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai "kepercayaan pada kemudahan penggunaan," atau "keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan tanpa masalah." Tingkat interaksi pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan.

Dalam Al-Qur'an, akar dari kesan mudah ditemukan dalam Surat

[56] Fahmi Ali Hudaefi, Irfan Syauqi Beik, dan Muhammad Hasbi Zaenal Muhammad Choirin Hidayaneu Farchatunnisa Ulfah Lathifah Junari, "*How Does Zakat Institution Respond To Fintech? Evidence From Baznas, Indonesia,*" *International Journal Of Zakat And Islamic Philanthropy* 2, No. 1 (2020): 32–38.

[57] Davis.

Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi :

شَهۡرُ رَمَضَانَ ٱلَّذِيٓ أُنزِلَ فِيهِ ٱلۡقُرۡءَانُ هُدٗى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَٰتٖ مِّنَ ٱلۡهُدَىٰ وَٱلۡفُرۡقَانِۚ فَمَن شَهِدَ مِنكُمُ ٱلشَّهۡرَ فَلۡيَصُمۡهُۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوۡ عَلَىٰ سَفَرٖ فَعِدَّةٞ مِّنۡ أَيَّامٍ أُخَرَۗ يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلۡيُسۡرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلۡعُسۡرَ وَلِتُكۡمِلُواْ ٱلۡعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُواْ ٱللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَىٰكُمۡ وَلَعَلَّكُمۡ تَشۡكُرُونَ

Artinya: *(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur*.(Q.S Al-Baqarah 185)

Sesuai dengan uraian pada paragraf sebelumnya, kemajuan teknis modern yang semakin maju memungkinkan kegiatan masyarakat yang lebih luas, terutama dalam hal transaksi online.

Menelusuri pandangan al-qur'an tentang teknologi, banyak ayat al-qur'an yang berbicara tentang alam raya. Sebagian ulama berpendapat terdapat 750 ayat yang berbicara tentang alam dan fenomenanya. Surah al- mulk ayat 19 menjadi salah satu ayat yang membahas teknologi informasi, dimana Allah berfirman.

تَبَٰرَكَ ٱلَّذِي بِيَدِهِ ٱلۡمُلۡكُ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٌ

Artinya: *Maha Suci Allah Yang di tangan-Nya-lah segala kerajaan, dan Dia Maha Kuasa atas segala sesuatu*(Q.S Al-Mulk 19)

2.5.2. Persepsi kemanfaatan *(Perceived of Usefulness)*

Rasa kegunaan ini didasarkan pada gagasan "berguna," yang

berarti "mampu digunakan secara menguntungkan atau untuk tujuan yang orang merasa dapat dicapai melalui penggunaan teknologi informasi." Selanjutnya, perceived usefulness menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap pemanfaatan teknologi yang dapat membantu mereka melakukan pekerjaannya dengan lebih baik. Sehingga jika persepsi kegunaan masyarakat tinggi maka dapat dikatakan e-zakat membantu dalam melakukan pembayaran zakat.

Al-Qur'an telah banyak memberikan informasi mengenai kemudahan dengan adanya teknologi selain itu juga terdapat penjelasan mengenai kemanfaatan dari adanya teknolgi dimana Allah berfirman dalam qur'an surah An-Naml ayat 28 dari segi tafsir'ilmi

ٱذۡهَب بِّكِتَٰبِي هَٰذَا فَأَلۡقِهۡ إِلَيۡهِمۡ ثُمَّ تَوَلَّ عَنۡهُمۡ فَٱنظُرۡ مَاذَا يَرۡجِعُونَ

Artinya: *"Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkan kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan".*

Para ahli tafsir berbeda pendapat, namun Ibnu Humaid menceritakan kepada kami dri ibu Ishak, dari sebagian ulama, dari Wahab bin Munabih tentang firman Allah dalam qur'an surah an-naml ayat 28. Pendapat ini paling tepat dengan penafsiran ayat, karena konsultasi wanita tersebut dengan kaumnya berlangsung setelah surat Sulaiman dilemparkan Hud-hud kepadanya, dan tentu Hud-hud tidakberanjak pergi, karena ia telah diperintahkan mengamati reaksi mereka sebelum ia melakukan apa yang diperintahkan Sulaiman kepadanya[58].

Dari tafsiran diatas secara sederhana dapat dimaknai surah an naml

[58] "Abu Ja'far Muhammad, *Tafsir Aththabari, Cet. I,* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), Hlm. 829

ayat 28 bercerita mengenai nabi sulaiman as yang memberikan surah kepada ratu bilqis melalui perantara burung hud-hud. Dapat dicermati pada masa sekarang manusia sudah dimudahkan dengan adanya teknologi dimana memberikan manfaat seperti mengefisiensikan waktu sehingga dalam melakukan pekerjaan jauh lebih cepat selain itu menciptakan waktu yang lebih produktif. Teknologi informasi dalam pandangan al-Qur'an sendiri dianggap sangat baik, karena dapat membantu manusia untuk melakukan aktivitas apapun.

Dalam perspektif Islam, persepsi kemanfaatan dilihat seperti halnya kemajuan teknis yang pesat berdampak pada sistem pembayaran zakat, sehingga momentum ini harus dimanfaatkan untuk membantu umat manusia beriman dan bertakwa kepada Allah SWT dengan memanfaatkan pertumbuhannya.

2.5.3. Persepsi Keamanan atau Privasi *(Perceived Security or Privacy)*

Keamanan yang dirasakan dapat didefinisikan atau dipahami sebagai penilaian atau persepsi konsumen mengenai apakah cukup aman bagi konsumen untuk melakukan transaksi menggunakan sistem atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, kesepakatan keamanan yang dirasakan dengan fakta bahwa konsumen akan sering menilai tingkat keamanan atau keselamatan suatu sistem atau teknologi yang diterapkan oleh suatu perusahaan.

Sehubungan dengan konsep keamanan yang dirasakan, perlu dicatat bahwa itu akan menjadi sangat penting untuk masing-masing atau setiap

perusahaan e-commerce untuk memahami konsep keamanan yang dirasakan menyeluruh, sebagai penilaian atau persepsi konsumen tentang aman atau tidaknya untuk melakukan beberapa transaksi bisnis pada platform e-commerce yang dikembangkan oleh perusahaan dapat akhirnya mempengaruhi keputusan akhir mereka mengenai apakah mereka akan membeli barang atau jasa dari perusahaan[59].

Islam adalah agama yang sangat mengutamakan keselamatan (keamanan) Beberapa di antaranya disebutkan dalam Al-Qur'an Surat An-Nur ayat 27 yang menyatakan :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَدۡخُلُواْ بُيُوتًا غَيۡرَ بُيُوتِكُمۡ حَتَّىٰ تَسۡتَأۡنِسُواْ وَتُسَلِّمُواْ عَلَىٰٓ أَهۡلِهَاۚ ذَٰلِكُمۡ خَيۡرٞ لَّكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ

Artinnya:"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu kecuali kamu meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya."* (Q.S An-Nur: 27)

Selain itu, sebagian kisah yang menggambarkan keamanan pada masa Nabi Zulkarnaen AS dengan orang Yajuj dan Majuj ditemukan dalam QS Al-Kahfi ayat 90–98. Untuk mencegah Yajuj dan Majuj melanggarnya dan untuk melindungi umatnya dari bahaya dan kejahatan yang mereka timbulkan, Nabi Zulkarnaen AS diperintahkan untuk membangun tembok yang tinggi dan kokoh pada waktu itu. Kemudian, Nabi Zulkarnaen AS datang dengan rencana untuk membangun dinding pelindung yang terdiri dari besi panas dan tembaga.

Jika dimaknai Firewall, sejenis sistem keamanan modern, tampaknya menggabungkan gagasan dinding tembaga dan besi panas. Tujuan firewall

[59] Nicholas Wilson, Meilisa Alvita, dan Jensen Wibisono, "*The Effect Of Perceived Ease Of Use And Perceived Security Toward Satisfaction And Repurchase Intention*," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 5, No. 1 (2021): 145.

adalah untuk mencegah individu yang tidak berwenang dan ceroboh mengakses data atau sistem milik orang lain.

Secara internasional, dinyatakan dalam Pasal 18 (b) dan (c) Deklarasi Kairo tentang Hak Asasi Manusia dalam Islam pada tahun 1990 dijelaskan bahwa:

"Setiap orang berhak atas privasi dalam menjalankan urusan pribadinya, dirumahnya, diantara keluarganya, berkenaan dengan harta miliknya dan hubunganya. Tidak diperbolehkan untuk memata-matai dia, menempatkan dia dibawa pengawasan atau menodai nama baiknya. Negara harus melindunginya dari campur tangan yang sewenang-wenang. Tempat tinggal pribadi tidak dapat digangu gugat"

Kita semua bisa sepakat bahwa Islam telah mengatur dengan sangat jelas perlindungan data pribadi dalam masalah ini. Karena membocorkan atau menyalahgunakan informasi pribadi dapat menurunkan martabat seseorang, maka harus diamankan. Secara teori, pengamanan data pribadi sangat penting karena tercakup dalam maqashid syari'at, yaitu menjaga harga diri (hifdzul 'din).

Di dalam Al-Qur'an, premis persepsi keamanan ditemukan dalam Surah Luqman ayat 34 yang berbunyi:

إِنَّ ٱللَّهَ عِندَهُۥ عِلۡمُ ٱلسَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ ٱلۡغَيۡثَۖ وَيَعۡلَمُ مَا فِي ٱلۡأَرۡحَامِۖ وَمَا تَدۡرِي نَفۡسٞ مَّاذَا تَكۡسِبُ غَدٗاۖ وَمَا تَدۡرِي نَفۡسُۢ بِأَيِّ أَرۡضٖ تَمُوتُۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرُۢ

Artinya: "*Sesungguhnya Allah memiliki pengetahuan tentang hari Kiamat, menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dia kerjakan besok. (Begitu pula,) tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti"*

Ayat ini menjadi landasan bagi konsep keamanan dalam Islam,

khususnya dalam hal bisnis dan investasi. Dalam menjalankan bisnis, seorang Muslim dihadapkan pada ketidakpastian tidak tahu apa yang akan dia coba atau dapatkan besok, namun dia berkewajiban untuk terus berusaha.

Kita dapat merencanakan kegiatan bisnis atau investasi, tetapi kita tidak dapat memperkirakan apakah kita akan menghasilkan uang ataukah malah tidak menghasilkan uang. Maka dalam penelitian ini harus dipastikan bahwa pemanfaatan teknologi e-zakat itu aman, dan juga harus diperhatikan dan dipelajari, karena hal ini akan berdampak pada niat serta minat menggunakan teknologi zakat.

2.5.4. Literasi Digital (*Digital Literacy*)

Literasi Digital, menurut Martin, menonjolkan makna dan signifikansinya yang luas di media. Sederhananya literasi digital diartikan seseorang menggunakan alat dan fasilitas berbasis digital untuk menemukan, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menilai, menganalisis, dan mensintesis sumber daya teknis, memperoleh pengetahuan baru, menghasilkan ekspresi media, dan berinteraksi dengan orang lain.

Di abad yang serba cepat ini, peran agama sebagai pengendali sikap dan perilaku manusia, serta sebagai landasan, etika, moral, dan spiritualitas suatu bangsa dalam mencapai pembangunan nasional, menjadi semakin signifikan dan menentukan dalam Islam. Perkembangan teknologi ditandai dengan perkembangan teknologi. Pengetahuan manusia tentang teknologi digital, serta pola pikir dan gaya hidup global. Pengetahuan teknologi dalam

Islam dapat dicermati pada prinsip-prinsip yang disebutkan oleh Rais dalam Q.S Al-Mujadilah ayat 11 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا قِيلَ لَكُمۡ تَفَسَّحُواْ فِي ٱلۡمَجَٰلِسِ فَٱفۡسَحُواْ يَفۡسَحِ ٱللَّهُ لَكُمۡۖ وَإِذَا قِيلَ ٱنشُزُواْ فَٱنشُزُواْ يَرۡفَعِ ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ مِنكُمۡ وَٱلَّذِينَ أُوتُواْ ٱلۡعِلۡمَ دَرَجَٰتٖۚ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ خَبِيرٞ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis," lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, "Berdirilah," (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan"*

Dalam hal ini Al- Qur'an tidak menawarkan arahan khusus, tetapi menawarkan sumber daya dasar dalam bentuk logika dan ide-ide (akal) yang belum diproses untuk diolah dan diterapkan untuk memberi manfaat bagi keberadaan manusia

Sebagai makhluk Allah yang paling mulia dibandingkan makhluk lainnya, manusia dipilih oleh Allah karena memiliki akal untuk menjadi khalifah di muka bumi yang bertugas mengurus dan memakmurkannya.

Mengharapkan manusia ingin menjelajahi luar angkasa tanpa latar belakang ilmu pengetahuan sains dan teknologi yang kuat adalah hal yang tidak realistis. Oleh karena itu manusia harus terus termotivasi untuk terus-menerus mempelajari dan mengembangkan hal-hal baru. Berkat Akal dan kemampuan manusia dalam memproses informasi atau menjalankan suatu teknologi dengan baik akhirnya mampu memberikan kemudahan dalam hal bertukar informasi.

Pada akhirnya, dunia akan dengan mudah dapat dikuasai oleh seseorang yang menguasai teknologi informasi. Teknologi informasi

diprediksi dapat memajukan dan menumbuhkan solidaritas sosial dan ukhuwah islamiyan. Tergantung pada penggunaanya, teknologi informasi dapat memberikan dampak positif dan negatif tergantung pada penggunaannya. Dengan demikian manusia harus memiliki literasi-literasi tentang digitalisasi dengan baik agar terhindar dari dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dari suatu layanan teknologi.

2.6. Kajian Terdahulu

Untuk pembahasan tentang penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi tidak hanya ini saja melainkan ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini yakni dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Sukmawati Dkk (2022)	Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology Of Acceptance Model	Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap persepsi kegunaan. Sikap muzakki yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan kemudian mempengaruhi intensi perilaku, hasil penelitian mendukung

			teori Technology of Acceptance Model (TAM). Adapun dalam penelitian ini ditemukan bahwa persepsi kegunaan dari layanan teknologi finansial untuk membayar zakat non tunai tidak mempengaruhi sikap muzakki
2	Ichwan, Dkk (2020)	Pengaruh *Technology Acceptance* Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay	Technology Acceptance Model (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Fintech Gopay. selain itu, variabel persepsi manfaat dapat mempengaruhi persepsi kemudahan muzakki membayar zakat melalui

			Fintech Gopay
3	Kharisma, Dkk (2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah	Kegunaan dan Transparansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Zakat. Risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Zakat. Dapat disimpulkan bahwa Minat Menggunakan E-Zakat dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah ZIS) dipengaruhi oleh variabel Kegunaan, Risiko, dan Transparansi dalam layanan E-zakat sedangkan Akuntabilitas tidak cukup signifikan berpengaruh terhadap Pengelolaan ZIS oleh LPZ

4	Karmanto, Dkk (2020)	Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (Zis): Studi Intensi Masyarakat	Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif, Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan, Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku, Kepercayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku,
5	Anggraini, (2022)	Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo	literasi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variable minat membayar zakat melalui zakat digital pada . Sedangkan pada variable kepercayaan secara parsial memiliki

			pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Variable kepercayaan berpengaruh dapat dikarenakan masyarakat di Kabupaten Sidoarjo dapat dengan mudah mengakses informasi terkait zakat digital dari web resmi milik lembaga amil zakat maupun dari media sosial
6	Muhammad Ikhsan Nurani (2020)	Pemahaman Mahasiswa FIAI UII Tentang Pengetahuan Dasar Zakat Perspektif Indeks Literasi Zakat	Literasi Digital Berpengaruh signifikan Terhadap minat membayar zakat
7	Astuti, Dkk (2022)	Peran Sikap Prososial Terhadap Minat Berinfaq	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan

		Dan Shadaqoh Menggunakan Qris: Studi Kasus Jamaah Masjid Ulil Albab Universitas Islam Indonesia	tidak signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dalam berinfaq dan shadaqoh. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dalam berinfaq dan shadaqoh. Attitude toward using berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dalam berinfaq dan shadaqoh. Sikap prososial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dalam berinfaq dan shadaqoh. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa sikap prososial tidak

			mempengaruhi minat menggunakan QRIS jamaah masjid Ulil Alabab dalam berinfaq atau shadaqoh
8	Tiara Sonita (2022)	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Literasi Zakat Terhadap Preferensi Muzakki Dalam Memilih Saluran Distribusi Zakat	Akuntabilitas, transparansi, dan literasi zakat memiliki pengaruh terhadap preferensi muzakki dalam memilih saluran distribusi zakat.
9	Syaiful Anwar (2022)	Literasi Dan Inklusi Zakat Pada Masyarakat Bangkalan (Studi Pada Baznas Bangkalan)	Literasi digital berpengaruh terhadap pehaman muzzaki dalam membayar zakat
10	Sabrina Dkk (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Di Nu Care	Variabel Literasi Keuangan Syariah Signifikan Secara Parsial Dan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berdonasi, Variabel Persepsi Kepercayaan Signifikan Secara Parsial

			Dan Berpengaruh Positf Terhadap Minat Berdonasi
11	Pertiwi, Dkk (2020)	Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung	Pendapatan Dan Kepercayaan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Membayar Zakat, Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Minat Membayar Zakat.
12	Winanda Qusnul Khotimah, Meita Larasati(2019)	Persepsi Keamanan, Intensi Muzaki Mem Bayar Zakat Menggunakan Aplikasi Digital	Keamaman Persepsian Memiliki Hubungan Positif Dengan Intense Muzzaki Untuk Memnggunakan Aplikasi Digital Dalam Membayar Zakat
13	Rohmah Dkk (2019)	Persepsi Kemudahan Dan Efektifitas Peny Aluran Minat Membayar	Uji hipotesis antara variabel persepsi kemudahan berdonasi

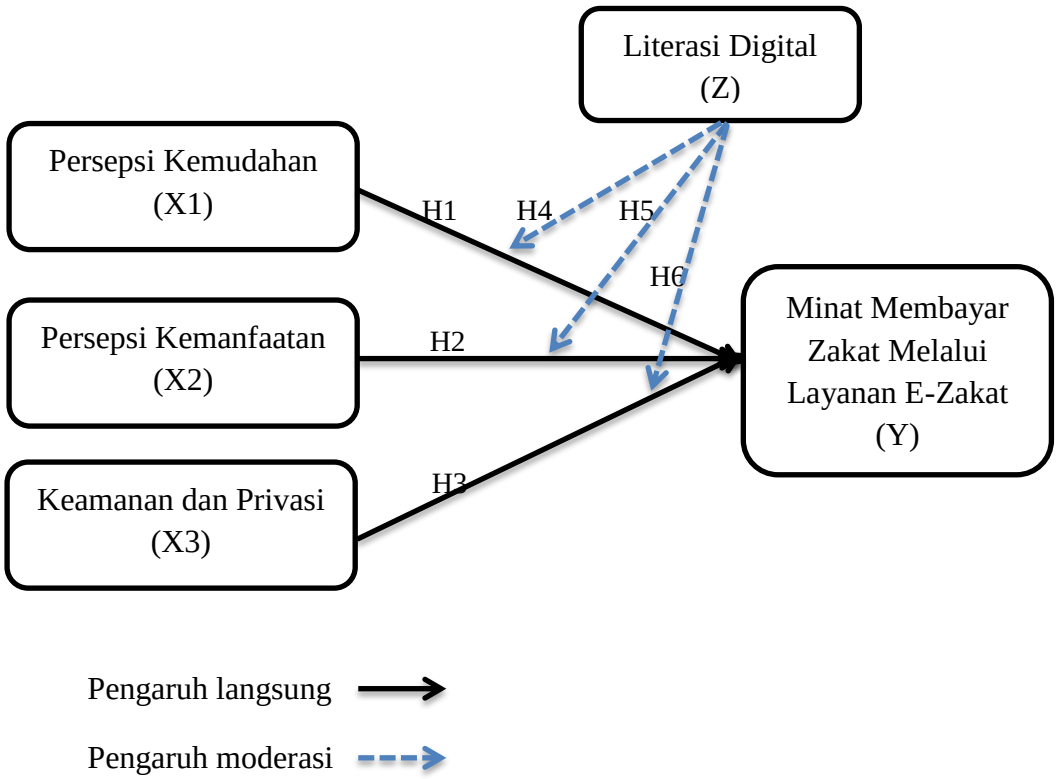
		Zakat, Infaq, Shadaqoh	terhadap minat ZIS menggunakan fintech crowdfunding menghasilkan nilai negative, terdapat pengaruh antara variabel Persepsi Kemu dahan berdonasi (X1), dan Efektifitas Penyalu ran (X2) Terhadap Minat ZIS Menggunakan Fint ech Crowdfunding (Y) secara bersama-sama

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni teori TAM yang dimanfaatkan untuk mengetahui minat masyarakat dalam Membayar zakat melalui layanan e-zakat. Objek dan lokasi penelitian juga terdapat perbedaan penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah muzakki yang sudah pernah membayar zakat di BAZNAS kota Bukittinggi. Penelitian ini disinyalir dengan berbagai perkembangkan zaman yang semakin berkembang dengan penuh teknologi.

2.7. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan privasi terhadap minat membayar zakat online, dengan menggunakan literasi digital sebagai variabel moderasi, berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan di atas.. Penelitian dilakukan pada masyarakat Muslim yang sudah wajib membayar zakat di Kota Bukittinggi yang telah atau sedang menggunakan teknologi pembayaran zakat online

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.8. Hipotesis

2.8.1. Hubungan persepsi kemudahan, kemanfaatan dan keamanan/privasi terhadap Minat menggunakan layanan e-zakat.

Persepsi kemudahan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana muzakki mengenali layanan e-zakat sebagai hal yang mudah untuk dipahami dan digunakan[60]. Definisi ini menunjukkan bahwa dalam kasus muzakki yang mengetahui atau mempunyai pengalaman menggunakan tentang layanan e-zakat akan mudah menggunakan, muzakki akan cenderung untuk mengadopsinya. Sementara itu semakin sedikit keterampilan yang dibutuhkan dalam menjalankan sistem layanan e-zakat maka semakin besar kemungkinan minat muzakki untuk menggunakan layanan e-zakat. Oleh karena itu, hipotesis berikut diajukan:

H_1 : *Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan e-zakat.*

2.8.2. Hubungan Persepsi Kemanfaatan Dan Minat Menggunakan Layanan E-Zakat.

Persepsi kemanfaatan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha serta mendapatkan kemanfaatan atas penggunaan layanan tersebut[61]. Persepsi kemanfaatan dapat memainkan peran penting dalam menentukan minat pelanggan untuk menggunakan layanan e-zakat dengan mengacu pada

[60] Davis.
[61] Davis.

tidak adanya usaha serta manfaatan yang dirasakan. Dengan demikian, penelitian ini mengasumsikan hipotesis berikut:

H_2 : Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara posititf signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan e-zakat

2.8.3. Hubungan Persepsi kemanfaatan dan minat menggunakan layanan e-zakat.

Persepsi keamanan atau privasi sangat penting karena ketika sistem pembayaran online dirasakan sangat aman, pengguna teknologi tertentu akan merasa percaya diri dan nyaman hal ini akan meningkatkan minat menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks penelitian ini ketika muzakki merasa aman terhadap sistem layanan e-zakat maka akan meningkatkan minat dalam menggunakan layanan tersebut. Hubungan langsung dan signifikan antara Persepsi keamanan atau privasi dan minat mengadopsi suatu sistem teknologi[62]. Dengan meninjau literatur, diharapkan persepsi keamanan dapat digeneralisasikan ke konteks teknologi layanan zakat online. Oleh karena itu, penulis berhipotesis sebagai berikut:

H_3 : *Persepsi Keamanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan e-zakat.*

[62] Hussain Ahmad Alwan dan Abedlhalim Issa Al-Zubi, "*Determinants Of Internet Banking Adoption Among Customers Of Commercial Banks: An Empirical Study In The Jordanian Banking Sector*," *International Journal Of Business And Management* 11, No. 3 (2016): 95.

2.8.4. Hubungan persepsi kemudahan, kemanfaatan dan keamanan terhadap minat menggunakan e-zakat dimoderasi literasi digital

Pengetahuan akan dunia teknologi Digital memainkan peran yang semakin penting dalam keberadaan manusia, oleh karena itu bagi umat Islam, pemahaman yang kuat tentang teknologi adalah faktor terpenting dalam mencapai kesejahteraan manusia. Ilmu pengetahuan alam bertujuan untuk mencapai keseimbangan dan kesempurnaan dalam semua aspek kehidupan. Akibatnya, penulis mengajukan hipotesis berikut :

H_4 : Literasi digital memoderasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.

H_5 : Literasi digital memoderasi pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.

H_6 : Literasi digital memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan layanan e-zakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif mengunakan pendekatan *Explanatory Research* untuk menguji validitas dan menjelaskan tentang hubungan antar variabel dan memberikan arah korelasi antar variabel yang di teliti apakah menunjukkan adanya korelasi antar variabel atau apakah variabel tersebut dipengaruhi oleh variabel lain[63]

Explanatory research menurut Sugiyono[64] bertujuan untuk menjelaskan penempatan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hipotesis yang diajukan, dan dengan demikian diharapkan dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan dependen.

Desain penelitian yang digunakan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi[65]. Penelitian ini menggunakan TAM yang menjelaskan minat pembayaran zakat melalui layanan E-Zakat masyarakat muslim kota Bukittinggi.

---

[63] Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisioner Dan Analisis Data*. Uin-Malang Press.

[64] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta.

[65] Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi.* Yogyakarta: Andi Offset.

3.2.Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. Dan dilakukan pada tanggal 03 Januari 2022 s/d 05 Juni 2022.

3.3.Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skunder dan primer. Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber dari hasil tinjauan literature baik dari buku, jurnal dan sebagainya. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian, yaitu menggunakan kuisioner.

3.4.Populasi dan Sampel

Seluruh masyarakat Muslim (muzzaki) di Kota Bukittinggi yang berjumlah 123.303 orang digunakan sebagai populasi penelitian ini. Jumlah sampel yang diperlukan untuk estimasi SEM dapat dihitung sebagai berikut berdasarkan jumlah variabel, indikator, dan komunalitas dalam suatu model.

Tabel 3.1
Pedoman Jumlah Sampel SEM

Jumlah Variabel Laten	Jumlah Indikator	Communalities	Jumlah Sampel
< 6	<3	Low	>500
< 5	>3	High	100-150
< 5	<3	Modest	>200
< 5	<3	Low	>300

Sumber : Hair et al (2010)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat variabel laten dalam penelitian ini berjumlah lima dengan jumlah indikator disetiap variabel lebih dari tiga. Maka, peneliti mengambil jumlah sampel penelitian sebanyak 100-150

responden[66]. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan kriteria muzzaki yang mengetahui atau sedang atau pernah menggunakan layanan zakat online dalam membayar zakat minimal sekali.

3.5. Defenisi Operasional

Perlu adanya penjelasan tentang variabel yang akan diteliti sebagai penyesuaian dalam pemilihan bahasa untuk penelitian ini. Beberapa definisi operasional variabel yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Devenisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Persepsi *Kemudahan Pengguna* (X1)	Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan adalah pendapatnya bahwa sesuatu dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, sehingga mempermudah pekerjaannya.	1. Kemudahan untuk dipelajari 2. Kemudahan untuk mencapai tujuan 3. Jelas dan mudah dipahami 4. Fleksibel Beba dari kesulitan 5. kemudahan dalam mengguna-kan	Ordinal	Davis et al, 1989

[66] Fahanwi Asabuwa Ngwabebhoh Et Al., "Preparation And Characterization Of Nonwoven Fibrous Biocomposites For Footwear Components," *Polymers*, 2020.

Persepsi *Kegunaan Atau Kemanfaatan* (X2)	Sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan sistem baru akan memberikan manfaat bagi penggunanya berupapenyederhanaan dan peningkatan kinerja disebut sebagai persepsi manfaat.	1. Pekerjaan selesai lebih cepat 2. Menjadikan pekerjaan lebih mudah 3. Mengembangkan kinerja pekerjaan 4. meningkatkan produktivitas 5. Mempertinggi efektifitas 6. Berguna	Ordinal	Davis et al, 1989
Persepsi Keamanan atau Privasi (X3)	Persepsi konsumen terhadap keamanan saat bertransaksi di toko online disebut sebagai persepsi keamanan. Privasi merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan	1. Tersedianya mekanisme transmisi untuk memastikan informasi penggunaanya aman. 2. Tersedianya kapasitas teknik untuk menjamin bahwa data dari muzzaki aman 3. Jaminan keuangan saat melakukan pembayaran melalui platform atau website 4. Keamanan dalam melakukan pembayaran secara elektronik atau e-payment		

Minat Membayar Zakat Melalui Layanan E-zakat (Y)	Minat adalah sensasi menyukai (kecenderungan) dan minat terhadap suatu barang atau aktivitas yang mungkin Anda sadari atau mungkin tidak Anda sadari. Minat adalah pengakuan hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri sendiri.	1. Keinginan menggunakan layanan e-zakat 2. Keinginan membayar zakat menggunakan e-zakat 3. Keinginan menggunakan e-zakat secara sering	Ordinal	Gu et al., 2009; Taylor & Todd 1995
Literasi Digital (Z)	Kecakapan seseorang untuk menafsirkan dan memanfaatkan informasi dalam berbagai bentuk yang dikumpulkan dari berbagai sumber	1. Mengetahui penerapan layanan e-zakat 2. Mengetahui keberadaan layanan zakat melalui online atau elektronik 3. Mengetahui cara pembayaran ZIS melalui layanan e-zakat	Ordinal	Van Deursen and Van Dijk (2014)

3.6. Instrumen Penelitian

Kuesioner adalah alat penelitian yang meminta responden untuk bereaksi berdasarkan atribut mereka dengan memilih salah satu dari empat jawaban potensial dalam kuesioner penelitian.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertayaan atau peryataan dalam bentuk tertulis kepada responden untuk di jawabanya. Dalam penyusunan angket di susun menurut skala litker dengan kisi-kisi pertanyaan dalam tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	No.Item	Sumber
Persepsi *Kemudahan Pengguna* (X1)	6. Kemudahan untuk dipelajari 7. Kemudahan untuk mencapai tujuan 8. Jelas dan mudah dipahami 9. Fleksibel Beba dari kesulitan 10. kemudahan dalam mengguna-kan	1-2 3 4-5 6-7 8	Davis et al, 1989
Persepsi *Kegunaan Atau Kemanfaatan* (X2)	7. Pekerjaan selesai lebih cepat 8. Menjadikan pekerjaan lebih mudah 9. Mengembangkan kinerja pekerjaan	1-2 3 4-5 6 7	Davis et al, 1989

	10. meningkatkan produktivitas 11. Mempertinggi efektifitas Berguna		
Persepsi Keamanan atau Privasi (X3)	1. Tersedianya mekanisme transmisi untuk memastikan informasi penggunaanya aman. 2. Tersedianya kapasitas teknik untuk menjamin bahwa data dari muzzaki aman 3. Jaminan keuangan saat melakukan pembayaran melalui platform atau website 4. Keamanan dalam melakukan pembayaran secara elektronik atau e- payment 5. Adanya jaminan hukum terhadap perlindungan data konsumen 6. Adanya persetujuan dengan konsumen dalam hal penyebaran informasi 7. Privasi konsumen menjadi perhatian paling utama.	1-2 3 4 5 5-6 8 9	Jin and Park (2006), Flavia'n and Guinali'u (2006), Roca et al. (2009), Chung and Shin (2009, 2010), Eid (2011), Armesh et al. (2010), Ahmad and Al Zu'bi (2011).)

Minat Membayar Zakat Melalui Layanan E-zakat (Y)	4. Keinginan menggunakan layanan e-zakat 5. Keinginan membayar zakat menggunakan e- zakat 6. Keinginan menggunakan e-zakat secara sering	1-2 3-4 5-6	Gu et al., 2009; Taylor & Todd 1995
Literasi Digital (Z)	4. Mengetahui penerapan layanan e-zakat 5. Mengetahui keberadaan layanan zakat melalui online atau elektronik 6. Mengetahui cara pembayaran ZIS melalui layanan e-zakat	1-3 4-5 6-7	Van Deursen and Van Dijk (2014)

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Metode survei digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data kuantitatif, yang menggunakan teknik pengumpulan data seperti kuesioner atau angket untuk mengungkapkan informasi atau data dari responden. Kuesioner adalah semacam pengumpulan data di mana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau memberikan umpan balik tertulis untuk ditanggapi[67]

[67] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta

Dalam penelitian ini, kuesioner tertutup digunakan sebagai instrumen. yaitu kuesioner yang berisi beberapa pilihan yang dapat dipilih oleh responden. Skala Likert digunakan sebagai skala penilaian dalam penelitian ini, yaitu skala yang menggunakan skor berikut untuk mengukur perspektif seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial :

3.7.1. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7.2. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

3.7.3. Skor 3 Netral (N)

3.7.4. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)

3.7.5. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *Warp Partial Least Square. PLS* adalah sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi dari variabel laten criterion yang dapat dijelaskan (explained variance) oleh variabel laten prediktor. Pendekatan PLS digunakan sebagai alat pengukuran dengan pertimbangan bahwa skala pengukuran untuk variabel terikat dan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian merupakan skala nominal dan skala ordinal sehingga bersifat *non parametric*.[68]

Menurut Wold (1985), Ghozali dan Latan (2014), *Partial Least Square* (PLS), merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan banyak asumsi. Data tidak harus terdistribusi normal multivariate (indikator

[68] Dwi Ratmono Mahfud Sholihin, *Analisis SEM-PLS Dengan Warppls Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013).

dengan skala kategori, ordinal, interval, sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar. kan tetapi, pertimbangan lain dalam penggunaan SEM-PLS dalam penelitian ini disebabkan indikator dalam pembentukkan konstruk bersifat reflektif yaitu mengasumsikan bahwa variabel laten mempengaruhi indikator yang arah hubungan kausalitasnya dari konstruk ke indikator atau manifest.[69]

Hal lain yang menjadi pertimabangan dalam menggunakan SEM-PLS dalam penelitian ini adalah SEM-PLS merupakan alat pengujian yang kompleks, dimana dapat menyelesaikan analisis dengan satu kali estimasi, sedangkan alat analisis lain menyelesaikan harus menggunakan beberapa persamaan. SEM-PLS juga mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan dan pengolahan data menggunakan aplikasi ini mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung dan memperhitungkan kesalahan pengukurannya.[70]

Keunggulan lain dari SEM-PLS, dapat memberikan beberapa indikator fit model yang dapat berguna untuk membandingkan model terbaik antar berbagai model yang berbeda. Indikator fit yang dihasilkan antara lain average R-sqaured (ARS), average path coefficient (APC), dan average variance inflation factor (AVIF). Selain itu, aplikasi ini juga dapat memberikan hasil koefisien dan nilai p untuk model moderasi secara langsung.[71]

[69] Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006).
[70] Mahfud Sholihin.
[71] Mahfud Sholihin.

Langkah analisis yang digunakan dalam pendekatan PLS antara lain:[72]

1. Membuat Konsep Model

   Membuat model berdasarkan hipotesis, yang ditentukan dengan apakah model mempunyai pengaruh langsung *(direct effect),* pengaruh spurious *(spurius effect)* atau apakah memepunyai interaksi atau mederasi *(moderated effect)*

2. Menentukan algoritma analisis

   Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program WarpPLS 7.0, terdapat dua pengaturan algoritma yang harus dilakukan oleh peneliti sebelum menganalisis yaitu untuk *outer model dan inner model.*

3. Menentukan metode resampling

   Karena nilai signifikansi belum ditentukan, maka harus melalui tahapan penyampelan ualang atau resampling.

4. Menggambarkan diagram

   Mengambarkan diagram sesuai dengan diagram dari model yang akan diestimasi.

5. Evaluasi model

   a. Pengujian Outer Model

      Outer model (outer relation atau measurement model) mendefenisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran atau outer model dengan indikator-indikator *refleksif* dievaluasi dengan *covergent* dan

[72] Ghozali.

discriminant validity dari indikatornya dan *composite reliability* untuk block indicator.

1) *Convergent validity* dapat dinilai berdasarkan korelasi antara nilai komponen atau indikator dengan nilai konstruknya. Ukuran *refleksif* individual dikatakan tinggi jika korelasi indikator dengan konstruknya bernilai lebih dari 0,70. Namun pada tahap awal penelitian, nilai loading 0,50 sampai 0,60 dapat dianggap cukup.
2) *Discriminant validity* indikator *refleksif* dapat dilihat pada *crossloading* antara indikator dengan konstruknya. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran (indikator) lebih besar daripada konstruk lainnya, maka dapat dikatakan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada bloknya lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* dengan membandingkan square root of average variance extracted (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antra konstruk lainnya dalam model. Jika akar kuadrad AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antra konstruk lainnya, maka nilai discriminant validity-nya baik. Pengukuran *discriminant validity* dengan nilai AVE ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas nilai komponen variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan *composite reliability*. Nilai AVE yang direkomendasikan adalah lebih besar dari 0,5.

3) *Composite reliability* digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk. Pengukuran *composite reliability* terdiri dari 2 jenis, yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha. Cronbach's alpha cenderung lower bound estimate reliability*, sedangkan *internal consistency* merupakan *closer approximation* dengan asumsi estimasi parameter adalah akurat. *Internal consistency* hanya dapat digunakan untuk konstruk dengan indikator refleksif.

b. Pengujian Model struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk meprediksi hubungan antara variabel laten dengan melihat seberapa besar variansi yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari P-*value.* Evalusi model struktural dimulai dengan melihat besarnya persentase variansi yang dijelaskan yaitu dengan melihat R-*Squares* (R2) untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model sructiral, *Stone Geisser test* 66 untuk menguji predictive relevancedan goodness *of fit* (Gof) untuk mengukur fit model secara keseluruahan.

Average path Coefficient (APC), *Average R-Squared* (ARS) dan *Average Adjusted R-Squared (*AARS) adalah ukuran model fit selain Gof. Nilai *cut-off* P-*value* untuk APC dan ARS yang direkomendasikan sebagai model fit adalah < 0,05 dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% *Average Block Variance Inflation Factor* (AFVIF) dan *Average Full collinarity*

VIF (AVIF) merupakan dua ukuran model fit yang digunakan untuk menguji masalah colinarity di dalam model PLS. Nilai yang direkomendasikan untuk kedua ukuran tersebut harus < 3,3. Untuk menghindari bias estimasi nilai R2 dengan semakin banyaknya prediktor variabel didalam model, maka dianjurkan menggunakan adjusted R2 (adj. R2). Perubahan nilai R2 atau adjusted R2 dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai R2 atau adj. R2 <0,70, <0,45, dan <0,25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat dan lemah.

Langkah terakhir dari evaluasi model struktural adalah dengan melihat nilai signifikansi P-*value* untuk mengetahui pengaruh antara variabel berdasarkan hipotesis yang dibangun. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu P-*value* 0,10 (level signifikansi 10%), 0,05 (level signifikansi 5%) dan 0,01 (level signifikansi 1%)

c. Melaporkan Hasil Analisis

Hasil analisis yang didapatnya berupa model yang telah dirancang sesuai dengan tujuan penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1.Gambaran Umum Kota Bukittinggi

4.1.1. Sejarah Kota Bukittinggi

Bukittinggi dalam kehidupan ketatanegaraan semenjak zaman penjajahan Belanda, zaman penjajahan Jepang serta zaman kemerdekaan dengan berbagai variasinya tetap merupakan pusat Pemerintahan Sumatera bagian Tengah maupun Sumatera secara keseluruhan, bahkan Bukittinggi pernah berperan sebagai Pusat Pemerintahan Republik Indonesia setelah Yogyakarta diduduki Belanda dari Bulan Desember 1948 sampai dengan bulan Juni 1949.

Semasa pemerintahan Belanda, Bukittinggi oleh Belanda selalu ditingkatkan perannya dalam ketatanegaraan, dari apa yang dinamakan Gemeentelijk Resort berdasarkan Staatsblad tahun 1828. Belanda telah mendirikan kubu pertahanannya tahun 1825, yang sampai sekarang kubu pertahanan tersebut masih dikenal dengan Benteng ―Fort de Kock‖. Kota ini juga telah digunakan oleh Belanda sebagai tempat peristirahatan opsir-opsir yang berada di wilayah jajahannya, di Timur ini.

Oleh pemerintah Jepang, Bukittinggi dijadikan sebagai pusat pengendalian pemerintah militernya untuk kawasan Sumatera, bahkan sampai ke Singapura dan Thailand karena disini berkedudukan Komandan Militer ke-25. Pada masa ini, Bukittinggi berganti nama dari Stadsgemeente Fort de Kock menjadi Bukittinggi Si Yaku Sho yang daerahnya diperluas dengan memasukkan nagari-nagari Sianok, Gadut,

Kapau, Ampang Gadang, Batu Taba, dan Bukik Batabuah yang saat ini semua nagari tersebut berada dalam daerah Kabupaten Agam. Di kota ini lah Pemerintah bala tentara Jepang mendirikan pemancar radio terbesar untuk Pulau Sumatera dalam rangka mengobarkan semangat rakyat untuk menunjang kepentingan perang Asia Timur Raya versi Jepang.

Pada zaman perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia, Bukittinggi berperan sebagai kota perjuangan. Dari bulan Desember 1948 sampai dengan bulan Juni 1949 ditunjuk sebagai ibu kota Pemerintahan Darurat Republik Indonesia (PDRI), setelah Yogyakarta jatuh ke tangan Belanda.

Selanjutnya Bukittinggi pernah menjadi ibu kota Provinsi Sumatera dengan Gubernur Mr. Tengku Muhammad Hasan. Kemudian dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 4 Tahun 1959 Bukittinggi ditetapkan sebagai ibu kota Sumatera Tengah yang meliputi keresidenan- keresidenan Sumatera Barat, Jambi, dan Riau yang sekarang masing-masing keresidenan itu telah menjadi provinsi-provinsi sendiri.

Setelah keresidenan Sumatera Barat dikembangkan menjadi Provinsi Sumatera Barat, maka Bukittinggi ditunjuk sebagai ibu kota provinsinya. Semenjak tahun 1958, secara de facto ibu kota provinsi telah pindah ke Padang. Pada tahun 1978, secara de jure barulah Bukittinggi tidak lagi menjadi ibu kota provinsi Sumatera Barat dengan keluarnya Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1979 yang memindahkan ibu kota Provinsi Sumatera Barat ke Padang.

Sekarang ini Bukittinggi berstatus sebagai Kotamadya Daerah Tingkat II sesuai dengan UU No. 5 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan di Daerah yang telah disempurnakan dengan UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah.

4.2.Deskriptif Responden

4.2.1. Deskrifsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang disebarkan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	*Frequency*	*Percent*
1	Laki-laki	83	55,33%
2	Perempuan	67	44,67%
Jumlah		150	100,00%

Sumber Data: Olahan Data Sekunder 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 150 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampel dengan cara Sensus Sampling, sebagian besar responden adalah laki-laki dengan jumlah 83 orang atau 55.33%. Sedangkan perempuan berjumlah 67 orang atau 44,67%.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik usia responden terbagi menjadi empat diantaranya adalah sebagai berikut dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden Berdasarkan Usia			
No	**Usia**	***Frequency***	***Percent***

1	20-30	23	15,33%
2	31-40	76	50,67%
3	41-50	34	22,67%
4	>51	17	11,33%
Jumlah		150	100,00%

Sumber Data: Olahan Data Sekunder 2023

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dari 150 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampel dengan cara Sensus Sampling, terdapat 23 orang responden yang tergolong usia 20-30 tahun atau 15,33%. Responden yang tergolong usia 31-40 tahun sebanyak 76 atau 50,67%. Responden yang tergolong usia 41-50 tahun sebanyak 34 orang atau 22,67%. Dan Responden tergolong usia > 50 tahun sebesar 17 orang atau 11,33%

4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden dalam klasifikasi pendidikan, peneliti membaginya dalam 4 jenis, diantaranya adalah SLTA Sdrajad, Diploma/S1, S2, dan S3. Dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Klarsifikasi Pendidikan	*Frequency*	*Percent*
1	SLTA Sdrajad	63	42,00%
2	Diploma/S1	42	28,00%
3	S2	32	21,33%
4	S3	13	8,67%
Jumlah		150	100,00%

Sumber Data: Olahan Data Sekunder 2023

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dari 150 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampel dengan cara Sensus Sampling, sebagian besar responden berpendidikan SLTA Sdrajad dengan

jumlah 63 orang atau 42,00%, berpendidikan Diploma/S1 dengan jumlah 42 orang atau 26.00%, berpendidikan S2 dengan jumlah 32 orang atau 21.33%, berpendidikan S3 dengan jumlah 13 orang atau 8,67%, berdasarkan data tersebut bahwa responden yang membayar zakat mengguanakan layanan E-zakat di kota Bukittinggi rata memiliki tingkat SLTA Sdrajad.

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan berdasarkan pekerjaan yang menjadi responden berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang disebarkan dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Klarifikasi	*Frequency*	*Percent*
1	Karyawan Swasta	33	22,00%
2	Karyawan BUMN	39	26,00%
3	ASN	53	35,33%
4	Wirausaha	13	8,67%
5	Lainya	12	8,00%
Jumlah		150	100,00%

Sumber Data: Olahan Data Sekunder 2023

Berdasarkan tabel 4.4. diatas dari 150 orang responden berdasarkan pekerjaan terdapat 33 orang responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta atau setara dengan 22.00%. responden yang bekerja sebagai Karyawan BUMN terdapat 39 atau setara dengan 26.00%. responden yang bekerja sebagai ASN terdapat 53 atau setara dengan 35.33%. responden yang bekerja sebagai Wirausaha terdapat 13 atau setara dengan 8,67%. responden yang bekerja sebagai Lainya terdapat 12 atau setara dengan 8,00%.

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan berdasarkan Pendapatan yang menjadi responden berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang disebarkan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Klarifikasi Pendapatan	*Frequency*	*Percent*
1	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	57	38,00%
2	Rp. 3.100.000- Rp. 6.000.000	43	28,67%
3	Rp. 6.100.000- Rp. 9.000.000	24	16,00%
4	Rp. 9.100.000- Rp 10.000.000	17	11,33%
5	>Rp. 10.100.000	9	6,00%
Jumlah		150	100,00%

Sumber Data: Olahan Data Sekunder 2023

Berdasarkan tabel 4.5. diatas dari 150 orang responden yang memiliki pendapatan sebasar Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 57 orang atau setara 38%, responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp. 3.100.000- Rp. 6.000.000 teradapat sebanyak 43 orang atau setara 28,67%. Responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp. 6.100.000- Rp. 9.000.000 sebanyak 24 orang atau setara 16,00%. responden yang memiliki pendapatan Rp. 9.100.000- Rp 10.000.000 sebanyak 17 orang atau setara 11,33% dari jumlah responden. Dan responden yang memiliki pendapatan Rp. 10.100.000 sebanyak 9 orang atau setara 6,00% dari jumlah responden.

4.2.6. Frekuensi Responden

Distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden pada Persepsi Kemudahan Pengunaan (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Persepsi Kemudahan Pengunaan

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
X1.1	5	20	23	48	54	150
X1.2	17	13	30	47	43	150
X1.3	11	10	22	44	63	150
X1.4	9	17	22	62	40	150
X1.5	8	22	28	58	34	150
X1.6	0	45	12	40	53	150
X1.7	9	16	31	35	59	150
X1.8	6	17	22	59	46	150
Jumlah	65	160	190	393	392	1200
Persentase	5%	13%	16%	33%	33%	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas terdapat 150 responden yang memberikan pernyataan tentang Persepsi Kemudahan Pengunaan (X_1) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 65 orang atau setara 5%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 160 orang atau setara 13%. Responden yang memberikan pernyataan netral (N) sebesar 190 atau setara 16%. Responden yang memberikan pernyataan setuju (S) sebesar 393 atau setara 33%. Dan responden yang memberikan pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 392 atau setara 33%. Pada pernyataan yang diberikan responden pada variabel Persepsi Kemudahan Pengunaan (X_1) lebih cendrung memberikan peryantaan setuju (S) dan sangat setuju (SS) dengan persentase 33%.

Distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden pada Persepsi Kemanfaatan (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Persepsi Kemanfaatan

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
X2.1	6	17	22	59	46	150
X2.2	15	13	31	48	43	150

X2.3	11	10	22	44	63	150
X2.4	9	17	22	40	62	150
X2.5	0	24	30	58	38	150
X2.6	9	16	31	35	59	150
X2.7	6	17	22	59	46	150
Jumlah	56	114	180	343	357	1050
Persentase	5%	11%	17%	33%	34%	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas terdapat 150 responden yang memberikan pernyataan tentang Persepsi Kemanfaatan (X_2) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 56 orang atau setara 5%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 114 orang atau setara 11%. Responden yang memberikan pernyataan netral (N) sebesar 180 atau setara 17%. Responden yang memberikan pernyataan setuju (S) sebesar 343 atau setara 33%. Dan responden yang memberikan pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 357 atau setara 34%. Pada pernyataan yang diberikan responden pada variabel Persepsi Kemanfaatan (X_2) lebih cendrung memberikan peryantaan sangat setuju (SS) dengan persentase 34%.

Distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden pada Persepsi Keamanan (X_3) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Persepsi Keamanan

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
X3.1	6	17	22	59	46	150
X3.2	15	13	31	48	43	150
X3.3	11	10	22	44	63	150
X3.4	9	17	22	40	62	150
X3.5	0	24	30	58	38	150
X3.6	9	17	22	40	62	150

X3.7	0	24	30	58	38	150
X3.8	8	14	33	36	59	150
X3.9	6	17	22	59	46	150
Jumlah	64	153	234	442	457	1350
Persentase	5%	11%	17%	33%	34%	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas terdapat 150 responden yang memberikan pernyataan tentang Persepsi Keamanan (X_3) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 64 orang atau setara 5%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 153 orang atau setara 11%. Responden yang memberikan pernyataan netral (N) sebesar 234 atau setara 17%. Responden yang memberikan pernyataan setuju (S) sebesar 442 atau setara 33%. Dan responden yang memberikan pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 457 atau setara 34%. Pada pernyataan yang diberikan responden pada variabel Persepsi Keamanan (X_3) lebih cendrung memberikan peryantaan sangat setuju (SS) dengan persentase 34%.

Distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden pada Minat Menggunakan Layanan E-Zakat (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Minat Menggunakan Layanan E-Zakat

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
Y.1	11	10	22	44	63	150
Y.2	9	17	22	40	62	150
Y.3	2	19	23	46	58	148
Y.4	0	24	30	58	38	150
Y.5	8	14	33	36	59	150
Y.6	6	17	22	59	46	150
Jumlah	36	101	152	283	326	898

Persentase	4%	11%	17%	32%	36%	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas terdapat 150 responden yang memberikan pernyataan tentang Minat Menggunakan Layanan E-Zakat (Y) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 36 orang atau setara 4%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 101 orang atau setara 11%. Responden yang memberikan pernyataan netral (N) sebesar 152 atau setara 17%. Responden yang memberikan pernyataan setuju (S) sebesar 283 atau setara 32%. Dan responden yang memberikan pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 326 atau setara 36%. Pada pernyataan yang diberikan responden pada variabel Minat Menggunakan Layanan E-Zakat (Y) lebih cendrung memberikan peryantaan sangat setuju (SS) dengan persentase 36%.

Distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden pada Litersi Zakat (Z) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Literasi Zakat

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
Z.1	11	10	22	44	63	150
Z.2	9	17	22	40	62	150
Z.3	2	19	27	45	57	150
Z.4	0	18	19	46	67	150
Z.5	0	24	30	58	38	150
Z.6	8	14	33	36	59	150
Z.7	6	17	22	59	46	150
Jumlah	36	119	175	328	392	1050
Persentase	3%	11%	17%	31%	37%	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas terdapat 150 responden yang memberikan pernyataan tentang Litersi Zakat (Z) terdapat responden yang

menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 36 orang atau setara 3%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 119 orang atau setara 11%. Responden yang memberikan pernyataan netral (N) sebesar 175 atau setara 17%. Responden yang memberikan pernyataan setuju (S) sebesar 328 atau setara 31%. Dan responden yang memberikan pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 392 atau setara 37%. Pada pernyataan yang diberikan responden pada variabel Litersi Zakat (Z) lebih cendrung memberikan peryantaan sangat setuju (SS) dengan persentase 37%.

4.3.Analisis Kausalitas: Model PLS dengan Single Mediator

4.3.1. Analisis Model Pengukuran

Pada model pengukuran penelitian, terdapat beberapa evaluasi yang harus di uji yaitu:

Tabel 4.11.
Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Kontruk Reflektif

Kriteria Pengukuran	Parameter	Batasan Nilai
Indicator Reliability	*Loading Factor*	0.70 untuk *confirmatory reseach*, namun 0.4-07 masih dapat dipertimbangkan untuk *exploratory research*
Internal Konsistency Reliability	*Composite Reliability Cronbach Alpha*	0.7 untuk syarat *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* pada *confirmatory research*. Namun 0.6-07 masih dapat diterima untuk exploratory research.
Convergent Validity	*Average Variance Extracted (AVE)*	Lebih besar dari 0.5 untuk *confirmatory* atau *exploratory research*
Discriminat Validity	*Square Root Of AVE Correlation Between Constructs*	*Square Root Of AVE Correlation Between Constructs*

Sumber: Fornel & Lacker (1981), Hair et al. (2013)

Tabel 4.12
Evaluasi Model Pengukuran

Variabel Laten	***Composite Reliability***	***Cronbach's Alpha coefficients***	***AVE***
Persepsi Kemudahan Pengunaan (X1)	0.933	0.917	0.637
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0.882	0.843	0.527
Persepsi Keamanan (X3)	0.896	0.865	0.508

Minat menggunakan layanan e-zakat (Y)	0.867	0.805	0.561
Literasi Digital (Z)	0.918	0.892	0.624

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2022)

Berdasarkan tabel diatas dari hasil perbaikan indikator pada setiap variabel terdapat lima variabel yakni Persepsi Kemudahan Pengunaan (X_1), Persepsi Kemanfaatan (X_2), Persepsi Keamanan (X_3), Minat menggunakan layanan e-zakat (Y), dan Literasi Digital (Z) memiliki nilai nilai loading factor yang terletak antara 0.60 sampai 0.70 > 0.70, dapat di simpulkan bahwa nilai loading factor sudah terpenuhi.

Tabel 4.13
Loading Factor Untuk Variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kemanfaatan (X_2), Keamanan (X_3), Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) Dan Literasi Digital (Z). Sebelum Direspesifikasi

(X1)		(X2)		(X3)		(Y)		(Z)	
IND	**LF**	**IND**	**LF**	**IND**	**LF**	**IND**	**LF**	**IND**	**LF**
PSK1	(0.823)	PMF1	(0.869)	PK1	(0.788)	ME1	(0.078)	LZ1	(0.804)
PSK2	(0.769)	PMF2	(0.712)	PK2	(0.271)	ME2	(0.763)	LZ2	(0.483)
PSK3	(0.803)	PMF3	(0.869)	PK3	(0.830)	ME3	(0.616)	LZ3	(0.843)
PSK4	(0.822)	PMF4	(0.484)	PK4	(0.456)	ME4	(0.907)	LZ4	(0.926)
PSK5	(0.887)	PMF5	(0.841)	PK5	(0.799)	ME5	(0.889)	LZ5	(0.707)
PSK6	(0.822)	PMF6	(0.484)	PK6	(0.686)	ME6	(0.887)	LZ6	(0.749)
PSK7	(0.605)	PMF7	(0.705)	PK7	(0.673)			LZ7	(0.926)
PSK8	(0.823)			PK8	(0.849)				
				PK9	(0.834)				

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2022)

Berdasarkan pengolahan data diatas, menunjukan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan (X_2), terdapat dua indikator yaitu PMF4 dan PMF6, yang memiliki nilai loading faktor kecil dari 0.60. Variabel Keamanan (X_3), terdapat dua indikator yaitu PK2 dan PK3 yang memiliki nilai loading faktor kecil dari 0.60. Variabel Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) terdapat satu indikator yaitu ME1 yang memiliki nilai loading faktor kecil dari 0.60. dan Variabel Literasi Digital (Z)

terdapat satu indikator yaitu LZ2 yang memiliki nilai *loading faktor* kecil dari 0.60. Maka dari beberapa indikator yang memiliki nilai loading faktor kecil dari 0.60 dihapuskan untuk tidak dilanjutkan ke pengujian tahap berikutnya karena tidak memenuhi nilai loading faktor.

Tabel 4.14
Loading Factor Untuk Variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kemanfaatan (X_2), Keamanan (X_3), Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) Dan Literasi Digital (Z). Sesudah Direspesifikasi

(X1)		(X2)		(X3)		(Y)		(Z)	
Ind	**LF**	**Ind**	**LF**	**Ind**	**LF**	**Ind**	**LF**	**Ind**	**LF**
PSK1	(0.823)	PMF1	(0.869)	PK1	(0.788)	ME2	(0.763)	LZ1	(0.804)
PSK2	(0.769)	PMF2	(0.712)	PK3	(0.830)	ME3	(0.616)	LZ3	(0.843)
PSK3	(0.803)	PMF3	(0.869)	PK5	(0.799)	ME4	(0.907)	LZ4	(0.926)
PSK4	(0.822)	PMF5	(0.841)	PK6	(0.686)	ME5	(0.889)	LZ5	(0.707)
PSK5	(0.887)	PMF7	(0.705)	PK7	(0.673)	ME6	(0.887)	LZ6	(0.749)
PSK6	(0.822)			PK8	(0.849)			LZ7	(0.926)
PSK7	(0.605)			PK9	(0.834)				
PSK8	(0.823)								

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2022)

Berdasarkan hasil perbaikan indikator pada tabel di atas variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kemanfaatan (X_2), Perspsi Keamanan (X_3), Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) Dan Literasi Digital (Z). telah memenuhi kriteria nilai loading factor yaitu dengan memiliki nilai antara 0.60 sampai 0.70 > 0.70, dapat di simpulkan bahwa nilai loading factor sudah terpenuhi.

Tabel 4.15
Discriminant Validity

Variabel Laten	**X1**	**X2**	**X3**	**Y**	**Z**
Persepsi Kemudahan Pengunaan (X1)	(0.798)	0.606	0.711	0.647	0.636
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0.606	(0.726)	0.782	0.700	0.665
Persepsi Keamanan (X3)	0.711	0.782	(0.713)	0.889	0.908
Minat menggunakan layanan e-zakat (Y)	0.647	0.700	0.889	(0.749)	0.856
Literasi Digital (Z)	0.636	0.665	0.908	0.856	(0.790)

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2022)

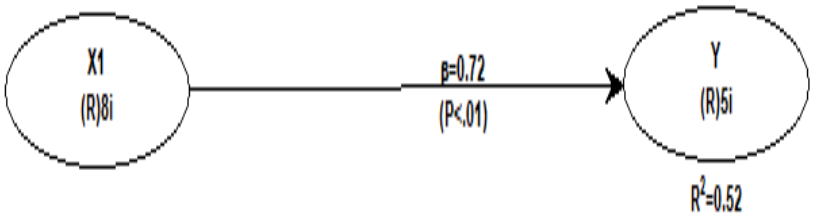
Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa discriminant validity setiap variabel telah memenuhi syarat, dibuktikan dengan dengan akar

kuadrat AVE lebih besar dari pada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing kolom. Variabel Persepsi Kemudahan (X_1) dapat dengan tepat mengukur variabel Persepsi Kemudahan (X_1) artinya akar kuadrat Persepsi Kemudahan (X_1) sebesar (0.798) lebih besar dari akar kuadrat Persepsi Kemanfaatan (X_2), ke Perspsi Keamanan (X_3) sebesar (0.606), lebih besar Persepsi Keamanan (X_3) ke Minat menggunakan layanan e-zakat (Y) 0.711. dan Minat menggunakan layanan e-zakat (Y) lebih besar ke Literasi Digital (Z) sebesar 0.647.

4.3.2. Analisis Model Struktural

Dalam pengujian model struktural dilakukan pendekatan Step-wise. Penelitian ini melakukan step-wise dengan menerapkan dua tahapan, *Pertama*, menguji apakah variabel variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kemanfaatan (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3), berpengaruh secara langsung terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y). *Kedua*, melakukan *estimasi* PLS dengan memasukan variabel peran Literasi Digital (Z) sebagai variabel moderasi

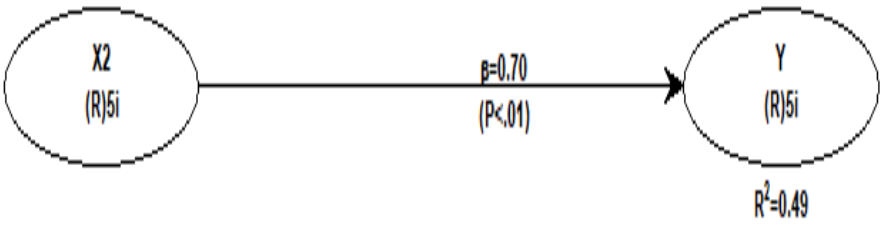
Gambar 4.1
***Direct Effect* Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,52 (52%).

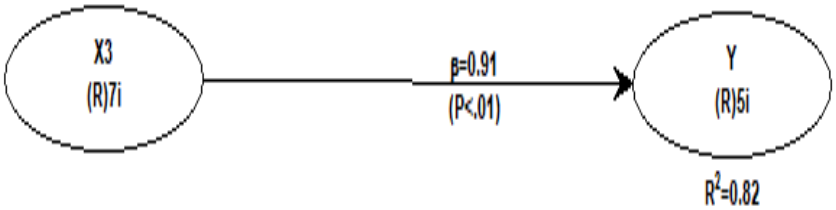
Gambar 4.2
***Direct Effect* Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,49 (49%).

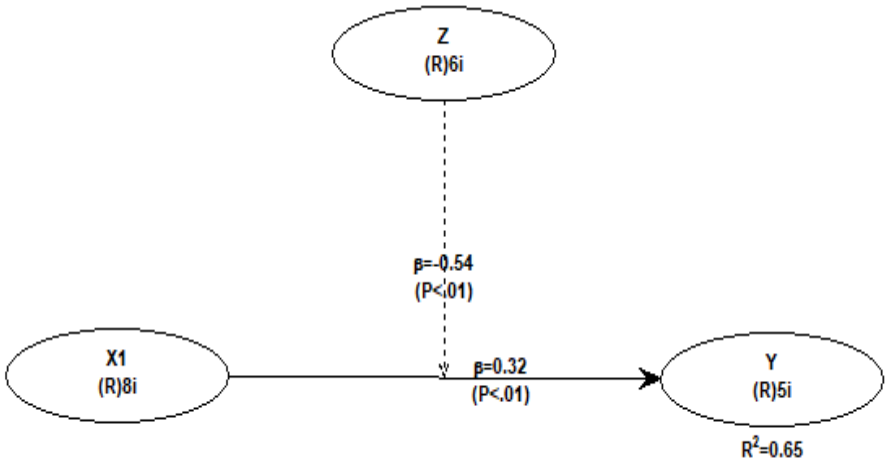
Gambar 4.3
***Direct Effect* Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,82 (82%).

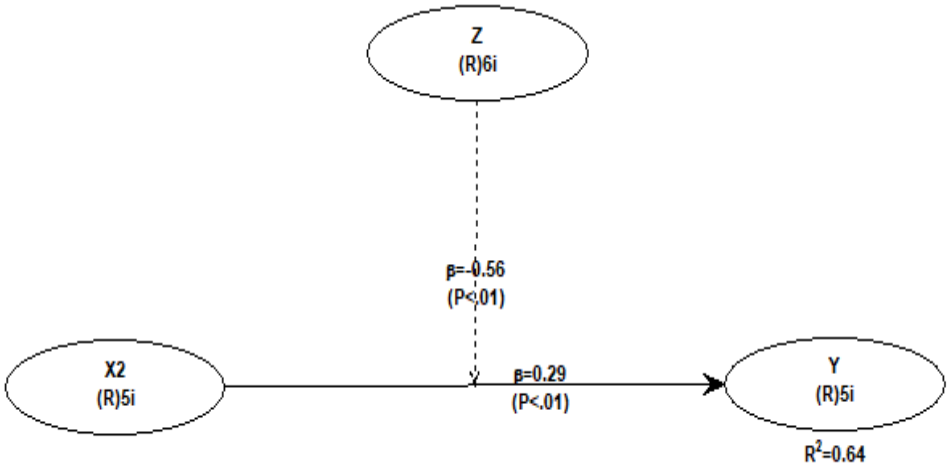
Gambar 4.4
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari Gambar 4.4 di atas dapat di jelaskan bahwa hasil pengujian menunjukan bahwa koefisien Persepsi Kemudahan ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai estimasi adalah 0.32 dan P-Value<0.01. Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital sebagai variabel Pemoderasi 0.54 dan P-Value<0.01. hal ini menunjukan bahwa Literasi Digital mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat.

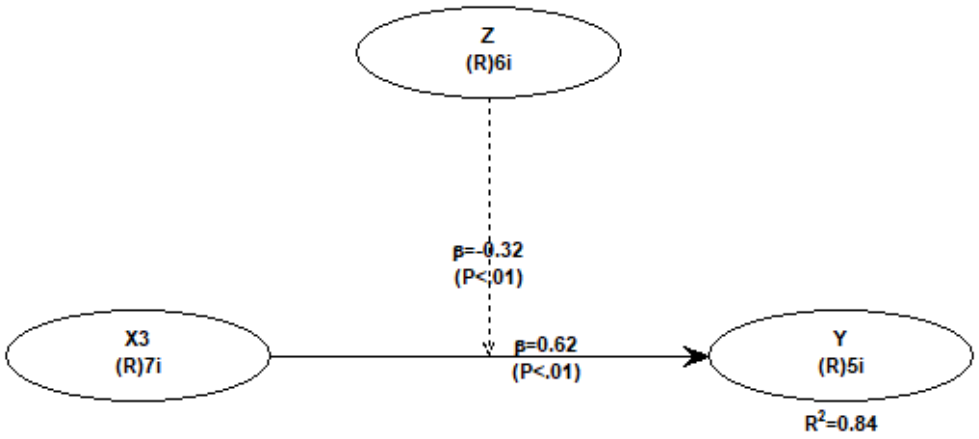
Gambar 4.5
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari Gambar 4.5 di atas dapat di jelaskan bahwa hasil pengujian menunjukan bahwa koefisien Persepsi Kemanfaatan ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai estimasi adalah 0.29 dan P-Value<0.01. Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital sebagai variabel Pemoderasi 0.56 dan P-Value<0.01. hal ini menunjukan bahwa Literasi Digital mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat.

Gambar 4.6
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

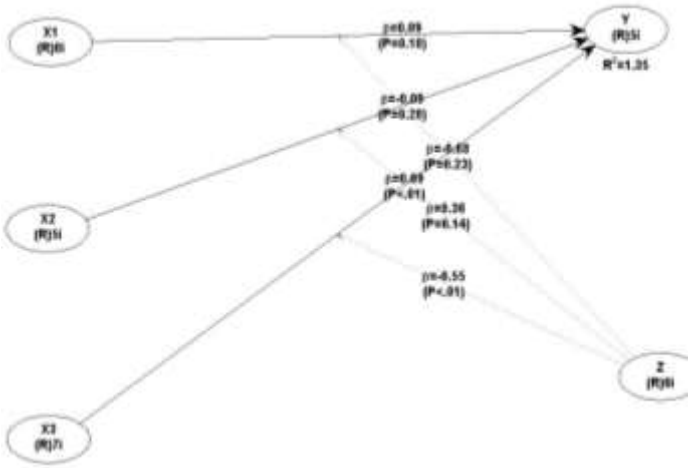


Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari Gambar 4.6 di atas dapat di jelaskan bahwa hasil pengujian menunjukan bahwa koefisien Persepsi Keamanan ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai estimasi adalah 0.62 dan P-Value<0.01. Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital sebagai variabel Pemoderasi 0.32 dan P-Value<0.01. hal ini

menunjukan bahwa Literasi Digital mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Gambar 4.7
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan , dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Dari Gambar 4.7 di atas dapat di jelaskan bahwa hasil pengujian menunjukan bahwa koefisien Persepsi Kemudahan (X_1) ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) dengan nilai estimasi adalah 0.09 dan P-Value<0.18. Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Kemudahan (X_1) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital (Z) sebagai variabel Pemoderasi 0.68 dan P-Value<0.023. hal ini menunjukan bahwa Literasi Digital (Z) secara bersamaan tidak mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan (X_1) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat. Persepsi Kemanfaatan (X_2) ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) dengan nilai estimasi adalah 0.09 dan P-Value<0.28.

Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Kemanfaatan (X_2)) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital sebagai variabel Pemoderasi 0.69 dan P-Value<0.001. hal ini menunjukan bahwa Literasi Digital (Z) secara bersamaan mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan (X_2) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat. Persepsi Keamanan (X_3) ke Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) dengan nilai estimasi adalah 0.69 dan P-Value<0.001. Dan Koefisien *moderation effect* antara Persepsi Keamanan (X_3) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan Literasi Digital sebagai variabel Pemoderasi 0.55 dan P-Value<0.001. hal ini menunjukan bahwa Literasi Digital (Z) secara bersamaan mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Keamanan (X_3) Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y). dapat disimpulkan secara bersama Literasi Digital (Z) tdak mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan (X_1) terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y), dan Literasi Digital (Z) secara bersama mampu memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan (X_2) dan Persepsi Keamanan (X_3) terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y)) yang ditunjukan oleh nilai R-adjusted square R^2 sebesar 1.35 setara dengan 1.35% dari ketiga variabel.

Tabel 4.16
Output PLS Pengaruh langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.722, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.522, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.519, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	not available
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	1.735, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.585, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.17
Output PLS Pengaruh langsung Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.698, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.487, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.483, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	not available
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	1.827, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.576, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.18
Output PLS Pengaruh langsung Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.906, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.821, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.820, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	not available
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	5.131, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.729, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.18

Output PLS Untuk Model Moderasi:
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.431, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.655, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.650, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	2.225, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	3.517, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.670, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.19

Output PLS Untuk Model Moderasi:
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.428, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.641, P<0.00
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.641, P<0.00
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	2.069, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	3.451, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.676, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	0.750, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.20

Output PLS Untuk Model Moderasi:
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.470, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.842, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.839, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	4.996, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	6.281, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.774, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

Tabel 4.21
Output PLS Untuk Model Moderasi:
Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan , dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.412, P=0.005
(ARS)	Nilai p < 0.05	1.355, P=0.162
(AARS)	Nilai p < 0.05	1.370, P=0.185
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	20.219, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	11.101, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.982, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	0.667, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	0.830, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	0.917, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2023)

4.4.Hipotesis

Hasil Hipotesis Berdasarkan pengujian analisis jalur dengan menggunakan software WarpPLS 5.0 untuk masing-masing variabel yaitu: Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kemanfaatan *(X_2)*, dan Persepsi Keamanan (X_1), Minat Membayar Zakat Melalui Layanan E-Zakat (Y) Literasi Digital (Z) sebagai berikut:

H_1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,52 (52%).

H_2: Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,49 (49%).

H_3: Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,82 (82%).

H_4: Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan

koefisien moderation effect sebesar 0,54 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (54%)

H_5: Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,56 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (56%)

H_6: Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi KeamananTerhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,32 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (32%)

4.5.Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian merupakan kesimpulan hasil dari analisis data yang di interpretasikan hasil untuk menyimpulkan hasil secara temuan maupun teoritis yang disajikan sebagai berikut:

4.5.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,52 (52%). Senada dengan Desita dan Dewi[73] yang menggungkapkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penentu minat individu dalam menggunakan teknologi yang merupakan salah satu bagian dari teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Persepsi

[73] Widya Desita and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, '*Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet)'*, *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13.1 (2022), 115–24.

kemudahaan Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat merupakan salah satu persepsi dari individu yang menyatakan bahwa apabila individu menggunakan teknologi tersebut dan tidak menimbulkan kebingungan. Semakin mudah penggunaan Layanan E-Zakat dalam kehidupan sehari-hari maka semakin besar kemungkinan muzaki dalam membayar zakat. Sebaliknya jika penggunaan Layanan E-Zakat dirasa tidak mudah digunakan maka semakin berkurang minat muzaki dalam membayar zakat.

Fauzi dan Darsono[74] juga menggungkapkan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat hal ini dikarenakan masyarakat yang merasa mudah dalam mengakses informasi mengenai Layanan E-Zakat akan merasa dapat menimbulkan rasa percaya bagi masyarakat dalam membayar zakat yang telah ditawarkan dalam fitur E-zakat. Sejalan dengan Savitri dan Muslim[75] yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan bagi masayarakay untuk melakukan transakasi menggunakan layanan E-zakat seiring dengan perkembangan zaman yang penuh pengembangan transaksi secara online memberikan dampak positif bagi masyarakat kota Bukittinggi dalam melakukan pembayaran zakat yang tidak perlu menyerahkan secara langsung kepada lembaga pengelola amil zakat.

[74] Rizal Ula Ananta Fauzi and Agas Kurniawan Darsono, '*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Brand Image, Dan Risiko Keuangan Terhadap Kepercayaan Dan Minat'*, *Jurnal Manajemen*, 8.2 (2022), 211–22.

[75] Almira Deana Savitri and Abdul Muslim, '*Engaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server'*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.5 (2022), 740–50.

Ajuna dkk[76] menggungkapkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui Layanan E-Zakat dikarenkan ketika pengguna Layanan E-Zakat merasa bahwa banyak kemudahan yang didapat dari menggunakan E-Zakat seperti mudah mempelajari fitur yang tersajik pada E-Zakat yang fleksibel akan mendorong masayarakat Bukittinggi untuk bersikap menggunakan Layanan E-Zakat dalam membayar zakat. Di era digital seperti saat ini, setiap aspek kehidupan mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi tentu menjadi keuntungan bagi masyarakat moden seperti saat ini yang memiliki kehidupan serba instan dan memiliki pergerakan yang tinggi sebagaiamana menurut Handayani dan Sulaeman[77] yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan E-zakat hal dikarenkan teknologi saat ini, sebagian besar berbasis digital dengan memakai akses internet. E-Zakat adalah salah satunya memberikan kemudahan kepada masyarakat kota Bukittinggi dalam melakukan transakasi dengan memanfaatkan internet dan web.

[76] Luqmanul Hakiem Ajuna, Hendra H. Dukalang, and Sri Ratnisari Djou, '*The Effect Of Perceptions Of Convenience, Effectiveness And Security On Interest In Transactions Using E-Wallet : Study On Students In Gorontalo Province*', *Manajement Research*, 6.1 (2023), 19–31.

[77] Risma Handayani and Eman Sulaeman, '*Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay*', *Journal of Management ISSN*, 5.3 (2022), 81–92 <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4749>.

4.5.2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,49 (49%). Sejalan dengan Syukriyyah dan Karyaningsih[78] yang menggungkapkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan e-zakat yang mana minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari sebuah fenomena yang dilihatnya secara langsung maupun tidak langsung, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba melakukan transaksi pembayaran zakat melalui e-zakat. Sejalan dengan Pamungkas dkk[79] Adanya pengaruh positif dan signifikan antara manfaat yang dirasakan dengan minat menggunakan layanan E-zakat untuk transaksi pembayaran zakat secara berulang. Sebagaimana menurut Noviandi[80] salah satu persepsi yang sanggat dominan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat melalui Layanan E-Zakat adalah persepsi manfaat yang akan diterima bagi masyarakat maka akan menjadi faktor pendorong bagi masyarakat untuk

[78] Syukriyyah and Karyaningsih, '*Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang*', *Journal of Islamic Education Management*, 3.2 (2023), 263–87 <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>.

[79] Rana Putra Pamungkas, Dicky Jhoansyah, and Kokom Komariah, '*Analysis Of Perceptions Of Benefits And Social Factors On Interest In Using The Go- Pay Application', Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.December 2022 (2023), 341–49.

[80] Fajar Sulaiman Noviandi, '*Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keinginan Menggunakan E-Commerce Dalam Bertransaksi Online', Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.3 (2022), 1803–12.

melakukan transaksi pada layanan E-zakat dan juga mempengaruhi niat transaksi ulang secara online menggunakan layanan e-zakat.

Afolo dan Dewi[81] juga menggungkapkan bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat dikarenakan persepsi manfaat dapat mengukur sejauh mana tingkat keuntungan yang didapatkan bagi masayarakat pengguna layanan e-zakat. menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat yang melakukan pembayaran zakat melalui e-zakat bagi pengguna pengguna, maka minat untuk membayar zakat melalui layanan yang tersedia e-zakat akan semakin meningkat. Karena pengguna merasakan dengan memakai layanan e-zakat banyak manfaat yang didapatkan. Teknologi tepercaya yanag dapat berfungsi dengan baik akan menyebabkan masyarakat mempercayai produk atau jasa yang ditawarkan, hal ini akan mendorong mereka untuk masayarakat yang awam untuk menggunakan layanan e-zakat sebagaiamana menurut Violinda dan Khorunnisya[82] Pentingnya penerapan TAM (*Technology Acceptance Model*) dengan mengahadirkan teknologi dalam mendukung aktivitas kehidupan manusia sehari-hari akan banyak memberikan manfaat yang

[81] Salepa Celik Misrami Afolo and Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, '*Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan*', *Kumpulan Riset Akuntansi*, 13.2 (2022), 267–77.

[82] Qristin Violinda and Nakita Via Khorunnisya, '*Millennials Interest In Using Link Aja E-Wallet: Theory Of Perception And Behaviour Perspective*', *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8.1 (2022), 181–91.

positif. Sebgaimana menurut Ningrum[83] bahwa persepsi manfaat secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat kota Bukittinggi untuk melakukan pembayaran zakat melalui layanan e-zakat ketika manfaat yang diberikan oleh *e*-zakat mengalami peningkatan maka pengguna *e*-zakat akan meningkat karena merasa bisa melakukan aktivitas saling membantu antar sesama manusia lainya pada saat pengguna menggunakan *e*-zakat dalam bertransaksi.

4.5.3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,82 (82%). Sejalan dengan Suryani dan Merkusiwati[84] yang menggungkapkan persepsi kemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran zakat melalui e-zakat dikarenakan apabila suatu teknologi informasi seperti e-zakat mampu menjaga keamanan pada saat penggunaan e-zakat secara tidak langsung akan meningkatkan minat masyarakat kota Bukittinggi untuk melakukan pembayaran zakat melalui e-zakat secara terus menerus hal ini juga disinyalir zakat bagi umat islam. Sejalan dengan Soegiastuti dan

[83] Eny Puspita Ningrum, '*Keefektifan Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Pada Minat Menggunakan E-Money Dalam Meminimalisir Penyebaran Covid-19 Pada Masyarakat Di Masa Pandemi'*, *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8.1 (2022), 42–47.

[84] Made Dwi Ananda Suryani and Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati, '*Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Serta Faktor Keamanan Dan Kerahasiaan Pada Minat Penggunaan E-Filling'*, *Jurnal Akuntansi*, 32.10 (2022), 3138–49 <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i10.p17>.

Anggraeni[85] menggungkapkan persepsi kemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran zakat melalui e-zakat hal ini dikarenkan munculnya minat seseorang untuk menggunakan teknologi baru dapat diukur dengan menggunakan teori yang mampu mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi yang sesuai dengan *Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. TAM merupakan permodelan yang dirancang dengan basis keinginan untuk menggunakan teknologi demi mendeskripsikan tingkat pengguna e-zakat ditengah masyarakat dalam menerima suatu teknologi informasi.

Perkembangan teknologi saat ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Pada era digitalisasi, dimana penggunaan aplikasi berbasis digital untuk melakukan berbagai aktivitas sudah menjadi budaya saat ini sebagaimana layan e-zakat merupakan inovasi dari sebuah layanan komunikasi dalam upaya memberikan keamanan bagi masyarakat dalam membayar zakat dengan berbasis elktrik. Sebagaimana ungkapan Siswanti[86] Kemanan bagi masayarakat yang menggunakan layanan e-zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui e-zakat. Kemanan merupakan kondisi yang menggambarkan bahwa masyarakat penggunaan layanan e-zakat dalam bertransaksi akan

[85] Janti Soegiastuti and Tri Anggraeni, '*Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang Dalam Penggunaan Gopay Sebagai Digital Payment*', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 18–40.

[86] Tutik Siswanti, '*Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (FINTECH) (Study Kasus Pada Masyarakat Di Wilayah Kecamatan Bekasi Timur)', Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 7.2 (2022), 89–105.

terlindungi dari berbagai hal negatif yang berdampak kepada kerugian penggunanya atau pendistribusian dari hasil penghimpunan dana zakat yang memberikan jaminan keamanan kepada masyarakat. Persepsi kemanan menjadi perhatian penting bagi masyarakat kota Bukittinggi mengenai keberlangsungan pembayaran zakat melalui e-zakat dikarenkan akan dapat mempengaruhi minat masyarakan untuk membayar zakat. apabila persepsi keamanan baik maka akan dapat meningkatkan minat masyarakat kota Bukittinggi dalam membayar zakat[87].

4.5.4. Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,54 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (54%). Sejalan Qothrunnada dkk[88] yang menggungkapkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat lalui layanan e-zakat dikarenakan dilihat femnomena kemajuan zaman dengan berbagai macam pengembangan teknologi untuk mempermudah transaksi bagi masyarakat. Perkembangan teknologi yang depat di era modern memberikan dampak pada keseharian masyarakat seperti penggunaan Internet yang semakin meningkat. Sedangkan menurut

[87] Hikmah and Sunargo, '*Perceived Behavioral Control, Attitude Dan Persepsi Keamanan Sebagai Determinan Minat Masyarakat Menggunakan Fintech P2P', Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.September (2022), 68–77.

[88] Rofidah Qothrunnada and others, '*Penelitian Kuesioner "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Digital Literacy Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintec"', Ekonomi Islam, 4.4 (2021), 32–38.*

Kharisma dan Jayanto[89] dengan adanaya literasi digital memiliki pengaruh yang positif. Tren transaksi digital ini juga turut mengubah metode pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah yang tadinya dilakukan secara konvensional, saat ini dapat dilakukan secara digital melalui layanan E-Zakat yang disediakan oleh Organisasi Pengelola Zakat

Cahayani dkk[90] menyatakan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan tehadap minat. Artinya dengan adanya literasi digital dengan mudah tersebar luas mengenai informasi yang dapat mendorong masyarakat untuk membayar zakat melalui layanan e-zakat. Muzakki yang memiliki minat dalam melakukan pembayaran zakat melalui platform digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Minat masyarakat dalam menggunakan layanan e-zakat dikarenakan kepercayaan dalam membayar zakat melalu zakat digital dapat diartikan sebagai ketersediaan muzaki untuk menitipkan sebagian hartanya sebagai zakat kepada lembaga zakat tanpa melalui transaksi langsung untuk dikelola dan disalurkan kepada mustahik[91]. Perkembangan teknologi digital bebar-benar telah merubah gaya hidup masyarakat pada era saat ini yang sangat dekat dengan gadget dan internet sehingga banyak kemudahan yang diperoleh oleh masyarakat.

[89] Kharisma and Jayanto.

[90] *Ni Luh and others, 'Pengaruh Literasi Digital Guru Dan Manajemen Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Siswa Sma Slua Saraswati 1 Denpasar'*, *Jurnal Pendidikaan*, 23.2 (2022), 354–63 <https://doi.org/10.5281/zenodo.7189957>.

[91] Soegiastuti and Anggraeni.

4.5.5. **Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi** Kemanfaatan **Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat**

Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,56 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (56%). Sejalan dengan ungkapan dari Soleha[92] Bahwa literasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat yang artinya literasi Yang artinya Sebagian besar masyarakat sudah menggunakan layanan e-zakat sebagai salah satu alat pembayaran yang digunakan untuk membayar zakat dan literasi juga dapat meningkatkan kepercayan bagi masyarakat yang mengetahui manfaat dari hasil transaksi pembayar zakat menggunakan layanan e-zakat. Literasi digital mampu memoderasi pengaruh antara persepsi kemanfaatan terhadap minat membayar zakat melaui e-zakat dapat dikatakan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber, yang menekankan tantangan kognitif tertentu yang terkait dengan kemampuan mengintegrasikan media analog dan digital[93].

[92] Erin Soleha and Zulfa Zakiatul Hidayah, '*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millenial Dalam Menggunakan Dompet Digital (ShopeePay)*', *Journal of Economics and Accounting*, 3.2 (2022), 312–16 <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>.

[93] Dwinanto Priyo Susetyo and Deri Firmansyah, '*Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital Dan Perilaku Keuangan Di Era Ekonomi Digital*', *Economics and Digital Business Review*, 4.1 (2023), 261–79.

Sejalan dengan siroj[94] literasi digital memiliki pengaruh yang positif terhadap minat yang artinya literasi sebagai seperangkat keterampilan yang lebih luas dan lebih kompleks daripada penggunaan sederhana teknologi digital. Dalam mengetahui dan memanfaatkan layanan e-zakat untuk transaksi pembayaran zakat tidak terlepas dari sebuah literasi yang menunjukan informasi yang jelas kepada masyarakat yang akan menggunakan layanan e-zakat. Sebagaimana menurut Kharisma[95] layanan *e-zakat* ini dapat menunjukkan akuntabilitas dan transparansi terkait dengan Muzaki yang hendak membayarkan zakatnya menggunakan layanan *e-zakat,* dapat mengakses informasi tentang laporan keuangan OPZ dan pemberdayaan serta kemana dana tersebut didistribusikan. Semakin akuntabel dan transparan OPZ, maka kepercayaan muzaki akan semakin meningkat dan yakin untuk membayarkan zakatnya kepada OPZ sehingga hal ini dapat meningkatkan potensi penerimaan zakat.

4.5.6. Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Antara Persepsi Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat

Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi KeamananTerhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,32 dan P-Value<0.01 atau

[94] Heza Aqil Siroj, A Hari Witono, and Baiq Niswatul Khair, '*Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Baca Siswa Kelas V Di SDN 1 Dasan Tapen Tahun Pelajaran 2021 / 2022*', 7.3 (2022), 1049–57.

[95] Kharisma and Jayanto.

setara dengan (32%). Sejalan dengan Aditya[96] bahwa literasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat. Pengetahuannya dalam melakukan akses layanan e-zakat dan kemampuan dalam mengoperasikan aplikasi ataupun websitenya secara bijak dan efektif. Sehingga semakin baik tingkat literasi digital yang tersedia maka semakin tinggi pula minat seseorang tersebut untuk membayar zakat melalui layanan e-zakat yang menjamin keamanan bagi masyarakat kota Bukittinggi yang membayar zakat melalui layanan e-zakat.

Qothrunnada menyatakan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat melalui layanan e-zakat. Sebagaimana Teori Model Penerimaan (*technology acceptence model*) menjelaskan bahwa manfaat penggunaan dan kemudahan penggunaan menjadi indikator utama yang menyebabkan penggunaan sebuah teknologi. Pendekatan teori ini dijelaskan bahwa suatu keyakinan (manfaat dan kemudahan penggunaan sistem informasi) dan perilaku, keperluan menjadi hubungan sebab akibat dalam mengoperasikan sistem informasi mengenai layanan e-zakat. Persepsi keamanan merupakan sebagai suatu persepsi konsumen atau seseorang terhadap keamanan dalam melakukan berbagai macam transaksi melalui layanan e-zakat. Sejalan dengan berkembangnya era digital, pengelolaan zakat terutama pada aspek pengumpulan dana zakat dilakukan dengan menggunakan jejaring internet

[96] Trisna Aditya and Luh Putu Mahyuni, '*Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech', Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *2.2* (2022), 245–58 <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>.

yakni melalui platform zakat digital. semakin tinggi tingkat keamanan dan privasi layanan zakat digital maka semakin tinggi pula penggunaan dan minat zakat secara digital[97].

[97] Soegiastuti and Anggraeni.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan keamanan terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan e-zakat dengan literasi digital sebagai variabel moderasi sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,52 (52%).
2. Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,49 (49%).
3. Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan nilai P-Value<0.01 dan R^2 0,82 (82%).
4. Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,54 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (54%)
5. Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan

koefisien moderation effect sebesar 0,56 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (56%)

6. Literasi Digital memoderasi pengaruh antara Persepsi KeamananTerhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat dengan *koefisien moderation effect* sebesar 0,32 dan P-Value<0.01 atau setara dengan (32%)

Pemanfaatan teknologi sanggat di perlukan sebagai solusi permasalahan ketidak efektifnya pengumpulan zakat yang masih dilakukan secara tradisional dengan adanaya layanan e-zakay dapat memberikan kemudahan, kamanfaatan, dan keamanan bagi para muzaki dalam membayar zakat.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini peneliti menyadari banyak terdapat kekurangan yakni dari sisi tinjauan teoritis banyak belum terbahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengeruhi minat mengggunakan layanan e-zakat dari sisi ruang lingkup penelitian masih di sekitaran kota Bukittinggi diaharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat menjangkau yang lebih luas lagi seperti level provinsi dan area perdesaan yang belum terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Muhammad, Lola Malihah, Muh. Arief Budiman, and Husna Karimah, 'Factors Influencing Public Interest In Paying Professional Zakat At Baznas Kabupaten Tapin Regency', *Balibangda*, 10.3 (2022), 293–308

Aditya, Trisna, and Luh Putu Mahyuni, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech', *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2.2 (2022), 245–58 <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>

Afolo, Salepa Celik Misrami, and Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, 'Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan', *Kumpulan Riset Akuntansi*, 13.2 (2022), 267–77

Ahmed, Habib, *Role of Zakah and Awqaf in Poverty Alleviation*

Ajuna, Luqmanul Hakiem, Hendra H. Dukalang, and Sri Ratnisari Djou, 'The Effect Of Perceptions Of Convenience, Effectiveness And Security On Interest In Transactions Using E-Wallet : Study On Students In Gorontalo Province', *Manajement Research*, 6.1 (2023), 19–31

Ali Hudaefi, Fahmi, Irfan Syauqi Beik, and Muhammad Hasbi Zaenal Muhammad Choirin Hidayaneu Farchatunnisa Ulfah Lathifah Junari, 'How Does Zakat Institution Respond To Fintech? Evidence From Baznas, Indonesia', *INTERNATIONAL JOURNAL OF ZAKAT AND ISLAMIC PHILANTHROPY*, 2.1 (2020), 32–38

Alwan, Hussain Ahmad, and Abedlhalim Issa Al-Zubi, 'Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian Banking Sector', *International Journal of Business and Management*, 11.3 (2016), 95 <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n3p95>

Amalia, Siti Nur Annisa, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Teoty of Planned Behavior', *Iqtishaduna*, 9.1 (2018), 65–78

APJII, *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (www.apjii.or.id, 2017)

Astuti, Windi, and Budi Prijanto, 'Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.Com: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior', *Al-Muzara'Ah*, 9.1 (2021), 21–44 <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>

'Badan Pusat Statistik', 2020

Belshaw, Douglas AJ, 'What Is " Digital Literacy "? A Pragmatic Investigation', *Durham E-Theses Online*, 0 (2012), 0–274

Chuttur, Mohammad, 'Overview of the Technology Acceptance Model: Origins , Developments and Future Directions', *Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 9.37 (2009), 1–23 <https://doi.org/10.1021/jf001443p>

Davis, Fred D., and Viswanath Venkatesh, 'A Critical Assessment of Potential Measurement Biases in the Technology Acceptance Model: Three Experiments', *International Journal of Human Computer Studies*, 45.1

(1996), 19–45 <https://doi.org/10.1006/ijhc.1996.0040>
Davis, margaret B, 'Lags in Vegetation Respon to Green House Warming', 1989, 75–82
Desita, Widya, and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet)', *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13.1 (2022), 115–24
Eka Sari, Aprilia, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan', *Sain Pemasaran Indonesia*, XIII.1 (2014), 55–73
Fauzi, Rizal Ula Ananta, and Agas Kurniawan Darsono, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Brand Image, Dan Risiko Keuangan Terhadap Kepercayaan Dan Minat', *Jurnal Manajemen*, 8.2 (2022), 211–22
Fitri, Isnani Nurannisa, 'Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu E- Money Sebagai Alat Transaksi', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4.1 (2016)
Flavián, Carlos, Miguel Guinalíu, and Raquel Gurrea, 'The Role Played by Perceived Usability, Satisfaction and Consumer Trust on Website Loyalty', *Information and Management*, 43.1 (2006), 1–14 <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.01.002>
Ghozali, Imam, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006)
Gilster, Paul, 'Related Papers Digit Al Lit Eracy by By', 1997, 1–145
Handayani, Risma, and Eman Sulaeman, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay', *Journal of Management ISSN*, 5.3 (2022), 81–92 <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4749>
Hartono, Edward, Clyde W. Holsapple, Ki Yoon Kim, Kwan Sik Na, and James T. Simpson, 'Measuring Perceived Security in B2C Electronic Commerce Website Usage: A Respecification and Validation', *Decision Support Systems*, 62 (2014), 11–21 <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.02.006>
Hidayat, Andi, and Mukhlisin Mukhlisin, 'Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompet Dhuafa', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), 675 <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
Hikmah, and Sunargo, 'Perceived Behavioral Control, Attitude Dan Persepsi Keamanan Sebagai Determinan Minat Masyarakat Menggunakan Fintech P2P', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.September (2022), 68–77
Ichwan, Afiful, 'Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.2 (2020), 129–35 <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
Izzuddin, Fathya Fikri, and Ibrahim Kholilul Rohman, 'Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai', *Islamic Banking and Finance*, 5.2 (2022), 540–50
Jamaludin, Norhatini, Norazlina A B D Wahab, and A B U Bakar Hamed, 'Muslims Perception on Online Zakat Usage in Kuala Lumpur', *Journal of*

Muamalat and Islamic Finance Research, 14.1 (2017), 55–71

Jamaludin, Nur, and Siti Aminah, 'Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang', *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 2.2 (2021), 180–208 <https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208>

Kalakota, Ravi, Andrew c Whinston, A Manager, Ravi Kalakota, Andrew B Whinston Download, Electronic, and others, '[PDF] Electronic Commerce : A Manager ' s Guide', 1997, 431

Kharisma, Puguh, and Prabowo Yudo Jayanto, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah', *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16.1 (2021), 47–56 <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>

Luh, Ni, Putu Cahayani, Putu Diah Asrida, and Muhammad Rahmattullah, 'Pengaruh Literasi Digital Guru Dan Manajemen Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Siswa Sma Slua Saraswati 1 Denpasar', *Jurnal Pendidikaan*, 23.2 (2022), 354–63 <https://doi.org/10.5281/zenodo.7189957>

Mahfud Sholihin, Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS Dengan Warppls Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013)

Masrurah, Siti, 'Efektifitas Penyaluran Zakat, Infak Sedekah Melaui Aplikasi Online', *Jurnal Andi Djemma | Jurnal Pendidikan*, 2.1 (2019), 90–96

Muneeza, Aishath, and Shahbaz Nadwi, 'The Potential of Application of Technology-Based Innovations for Zakat Administration in India', *International Journal of Zakat*, 4.2 (2019), 87–100 <https://doi.org/10.37706/ijaz.v4i2.191>

Nadlifatin, Reny, Bobby Ardiansyahmiraja, and Satria Fadil Persada, 'The Measurement of University Students' Intention to Use Blended Learning System through Technology Acceptance Model (Tam) and Theory of Planned Behavior (TPB) at Developed and Developing Regions: Lessons Learned from Taiwan and Indonesia', *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15.9 (2020), 219–30 <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i09.11517>

Ngwabebhoh, Fahanwi Asabuwa, Nabanita Saha, Hau Trung Nguyen, Urška Vrabič Brodnjak, Tomas Saha, Anežka Lengalova, and others, 'Preparation and Characterization of Nonwoven Fibrous Biocomposites for Footwear Components', *Polymers*, 2020, 1–18 <https://doi.org/10.3390/polym12123016>

Ningrum, Eny Puspita, 'Keefektifan Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Pada Minat Menggunakan E-Money Dalam Meminimalisir Penyebaran Covid-19 Pada Masyarakat Di Masa Pandemi', *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8.1 (2022), 42–47

Noviandi, Fajar Sulaiman, 'Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keinginan Menggunakan E-Commerce Dalam Bertransaksi Online', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.3 (2022), 1803–12

Nugroho, Hadi, Usep Suhud, and Rochyati Rochyati, 'Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Dan Motivasi Terhadap Intensi

Mahasiswa Di Jakarta Untuk Menggunakan Tablet', *Communicare : Journal of Communication Studies*, 5.1 (2019), 45 <https://doi.org/10.37535/101005120184>

Pamungkas, Rana Putra, Dicky Jhoansyah, and Kokom Komariah, 'Analysis Of Perceptions Of Benefits And Social Factors On Interest In Using The Go-Pay Application', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.December 2022 (2023), 341–49

Purwanto, Purwanto, Muhammad Sulthon, and Milna Wafirah, 'Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development', *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 8.1 (2021), 44 <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v8i1.10457>

Qadri, Hussain Mohi ud Din, and M. Ishaq Bhatti, 'The Growth of the Islamic Finance and Banking Industry: An Introductory Note', *The Growth of Islamic Finance and Banking: Innovation, Governance and Risk Mitigation*, c.Wiefc (2019), 1–5

Qothrunnada, Rofidah, Syifa Khoirunnisa, Deanty Ramadina, Muhammad Fadhil Fanani, and Sri Hafifah, 'Penelitian Kuesioner "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Digital Literacy Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintec"', *Ekonomi Islam*, 4.4 (2021), 32–38

Ramadhan, Adi Firman, Andrian Budi Prasetyo, and Lala Irviana, 'Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money', *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13 (2016), 1–15

Rusydiana, Aam Slamet, and Nailah, 'Zakat & Technology : Bibliometric R', *4th International Conference of Zakat Proceedings*, 2020, 311–30

Salim, Ruhul, Mohammad Zakir Hossain, and Nasser Al-Mawali, 'Distribution of Wealth and Resources in Islam: Restoring Social Justice, Peace and Prosperity', *International Journal of Economic Research*, 13.2 (2016), 571–86

Salleh, Wan Nur Azira Wan Mohamed, Siti Zaleha Abdul Rasid, and Rohaida Basiruddin, 'Towards Transforming Zakat Collection and Distribution Roles Using Digital Wallet in Support of Social Justice and Social Financing', *Open International Journal of Informatics (OIJI)*, 7.2 (2019), 95–103

Salsabila, Fadhilah, 'Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar', *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 10.2 (2009), 93–104

Santi, Senja Clara, Moh Agung Surianto, and Eva Desembrianita, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Financial Technology (Gopay) Di Kabupaten Gresik', *JPIM : Jurnal Peneliian Ilmu Manajemen*, 6.3 (2021), 256–70

Savitri, Almira Deana, and Abdul Muslim, 'Engaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.5 (2022), 740–50

Siroj, Heza Aqil, A Hari Witono, and Baiq Niswatul Khair, 'Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Baca Siswa Kelas V Di SDN 1 Dasan Tapen Tahun Pelajaran 2021 / 2022', 7.3 (2022), 1049–57

Siswanti, Tutik, 'Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (FINTECH) (Study Kasus Pada Masyarakat Di Wilayah Kecamatan Bekasi Timur)', *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 7.2 (2022), 89–105

Soegiastuti, Janti, and Tri Anggraeni, 'Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang Dalam Penggunaan Gopay Sebagai Digital Payment', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 18–40

Soleha, Erin, and Zulfa Zakiatul Hidayah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millenial Dalam Menggunakan Dompet Digital (ShopeePay)', *Journal of Economics and Accounting*, 3.2 (2022), 312–16 <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>

Sukma, Erlangga Andi, Musthofa Hadi, and Farika Nikmah, 'Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 4.2 (2019), 112–21

Suryani, Made Dwi Ananda, and Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati, 'Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Serta Faktor Keamanan Dan Kerahasiaan Pada Minat Penggunaan E-Filling', *Jurnal Akuntansi*, 32.10 (2022), 3138–49 <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i10.p17>

Susetyo, Dwinanto Priyo, and Deri Firmansyah, 'Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital Dan Perilaku Keuangan Di Era Ekonomi Digital', *Economics and Digital Business Review*, 4.1 (2023), 261–79

Suyanto, Suyanto, and Taufan Adi Kurniawan, 'Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)', *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.1 (2019) <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>

Syahrullah, and Maria Ulfah, 'Response of Indonesian Academicians Toward Factors Influencing the Payment of Zakat on Employment Income', *Research on Humanities and Social Sciences ISSN*, 6.10 (2016), 87–94

Syukriyyah, and Karyaningsih, 'Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang', *Journal of Islamic Education Management*, 3.2 (2023), 263–87 <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>

Tantriana, Deasy, and Lilik Rahmawati, 'The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method', *International Conference of Zakat*, 23, 2019 <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.118>

Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis, 'Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies', *Management Science*, 46.2 (2000), 186–204 <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Violinda, Qristin, and Nakita Via Khorunnisya, 'Millennials Interest In Using Link Aja E-Wallet: Theory Of Perception And Behaviour Perspective', *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8.1 (2022), 181–91

W, Astuti, and Prijanto B, 'Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzaki Dalam

Membayar Zakat Melalui Kitabisa.Com : Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior', *Al-Muzara'Ah*, 9.1 (2021), 44

Wiharjo, Bahana, Achsania Hendratmi, and Departemen, 'PERSEPSI PENGGUNAAN ZAKAT ONLINE DI INDONESIA', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6.2 (2019), 331–43

Wilson, Nicholas, Meilisa Alvita, and Jensen Wibisono, 'The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Security Toward Satisfaction and Repurchase Intention', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5.1 (2021), 145 <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.10489>