

Pengaruh Religiositas, Keluarga, dan Digital Payment terhadap Minat dan Keputusan Berzakat di LazisMu

Budi Barata Kusuma Utami¹, Nurul Khaira², Fildzah Malahati³

Universitas Ahmad Dahlan^{1,2}, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta³

budi.utami@act.uad.ac.id¹, 2200012118@webmail.uad.ac.id²,

fildzahmalahati@unisayogya.ac.id³

ABSTRACT.

This study examines the influence of religiosity, family support, and digital payment on zakat intention and decision among Muzakki of LazisMu. Using the Theory of Planned Behavior as the conceptual framework, this research positions intention as a mediating variable that explains the transition from psychological and situational factors to actual zakat-paying behavior. A quantitative approach with a survey method was employed, involving 356 respondents who had previously paid zakat through LazisMu and were familiar with digital payment systems. Data were collected using a structured questionnaire with a five-point Likert scale and analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that religiosity, family, and digital payment have a significant positive effect on zakat intention. Furthermore, digital payment and zakat intention significantly influence zakat decision. The mediation analysis confirms that zakat intention significantly mediates the relationship between digital payment and zakat decision. These findings suggest that technological convenience not only directly encourages zakat payment decisions but also indirectly strengthens them by increasing individual intention. This study contributes theoretically by reinforcing the role of intention in zakat behavior and practically by providing insights for zakat institutions, particularly LazisMu, to optimize zakat collection strategies through strengthening religiosity values, family-based socialization, and digital payment innovation.

Keywords: Religiosity; Family; Digital Payment; Intention; Decision.

ABSTRAK.

Penelitian ini mengkaji pengaruh religiositas, dukungan keluarga, dan pembayaran digital terhadap niat dan keputusan zakat di kalangan muzakki LazisMu. Dengan menggunakan Teori Perilaku yang Direncanakan sebagai kerangka konseptual, penelitian ini menempatkan niat sebagai variabel mediasi yang menjelaskan transisi dari faktor psikologis dan situasional ke perilaku pembayaran zakat yang sebenarnya. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei digunakan, melibatkan 356 responden yang sebelumnya telah membayar zakat melalui LazisMu dan familiar dengan sistem pembayaran digital. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa keagamaan, keluarga, dan pembayaran digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat zakat. Selain itu, pembayaran digital dan niat zakat secara signifikan mempengaruhi keputusan zakat. Analisis mediasi mengonfirmasi bahwa niat zakat secara signifikan memediasi hubungan antara pembayaran digital dan keputusan zakat. Temuan ini menyarankan bahwa kenyamanan teknologi tidak hanya secara langsung mendorong keputusan pembayaran zakat tetapi juga secara tidak langsung memperkuatnya dengan meningkatkan niat individu. Studi ini berkontribusi secara teoritis dengan

memperkuat peran niat dalam perilaku zakat dan secara praktis dengan memberikan wawasan bagi lembaga zakat, khususnya LazisMu, untuk mengoptimalkan strategi pengumpulan zakat melalui penguatan nilai-nilai keagamaan, sosialisasi berbasis keluarga, dan inovasi pembayaran digital.

Kata kunci: Religiositas; Keluarga; Pembayaran Digital; Minat; Keputusan.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang besar, diperkirakan mencapai sekitar Rp 327 triliun per tahun, namun realisasi penghimpunan zakat melalui lembaga resmi baru mencapai Rp 40,5 triliun, atau sekitar 10%-12% dari potensi tersebut (BAZNAS, 2025). Kesenjangan yang signifikan antara potensi dan realisasi tersebut menunjukkan bahwa optimalisasi penghimpunan dana zakat belum sepenuhnya tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa penghimpunan dana zakat tidak hanya berkaitan dengan kapasitas dan kinerja lembaga pengelola, tetapi berkaitan juga dengan perilaku individu dalam mengambil keputusan berzakat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat serta mendorong individu untuk merealisasikannya menjadi keputusan berzakat menjadi isu penting dalam kajian zakat kontemporer, khususnya di tengah dinamika sosial dan perkembangan teknologi yang terus berkembang.

Di Indonesia, lembaga amal zakat menjadi peran strategis sebagai penghubung antara potensi zakat dan realisasi penghimpunannya. Salah satu lembaga zakat nasional yang memiliki jaringan luas dan terstandarisasi adalah Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Muhammadiyah (LazisMu). LazisMu beroperasi dengan cakupan nasional dan melayani beragam segmen muzakki. Karakteristik kelembagaan tersebut, menjadikan LazisMu sebagai konteks empiris yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan berzakat, terutama adaptasi perkembangan teknologi dalam pengelolaan zakat.

Dalam kajian perilaku zakat, minat berzakat dipengaruhi oleh berbagai faktor individu, sosial, dan teknologi. Religiositas sebagai faktor internal, berperan penting dalam mendorong minat individu untuk menunaikan zakat sebagai tanggung jawab spiritual (Fitri & Falikhatun, 2021; Yasin et al., 2022; Thamrin et al., 2023). Selain itu, keluarga sebagai faktor eksternal yang mampu mempengaruhi minat berzakat individu melalui komunikasi, penyampaian informasi dan sosialisasi (Shukor, 2021). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik pembayaran zakat melalui pemanfaatan sistem digital payment. Mekanisme ini meningkatkan aksesibilitas, efisiensi dan kenyamanan dalam penyaluran zakat, sehingga mampu mendorong minat dan keputusan individu untuk membayar zakat, serta meningkatkan penerimaan zakat nasional (Utami et al., 2020; Danila et al., 2025).

Meskipun berbagai faktor telah diidentifikasi dalam menjelaskan minat berzakat, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengukuran minat dan belum mengaitkannya secara langsung dengan keputusan berzakat yang terealisasi. Dalam banyak studi, minat diperlakukan sebagai variabel akhir, sehingga hubungan

empiris antara minat dan perilaku berzakat aktual melalui lembaga zakat resmi belum banyak diuji (Thamrin et al., 2023; Hidayat et al., 2024). Secara konseptual, kebaharuan dalam penelitian ini adalah mendorong lahirnya teknologi digital yang dapat meningkatkan minat dan keputusan berzakat di LazisMu. Penelitian ini dipandang penting karena LazisMu belum memiliki aplikasi khusus yang terkait dengan zakat.

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada pengukuran minat, studi ini menguji secara empiris keterkaitan antara faktor individu, sosial, dan teknologi dalam membentuk minat, serta peran minat tersebut dalam mendorong keputusan berzakat. Hal ini sejalan dengan kerangka Theory of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa niat merupakan faktor terdekat yang mempengaruhi perilaku aktual (Ajzen, 1991). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menekankan faktor-faktor pembentuk minat berzakat, tetapi juga menempatkan minat sebagai penghubung konseptual yang menjelaskan transisi dari minat ke keputusan berzakat dalam satu kerangka analisis perilaku.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiositas, keluarga, dan digital payment terhadap minat berzakat, serta menguji peran minat sebagai mediator dalam mendorong keputusan berzakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis mengenai posisi minat dalam proses pengambilan keputusan berzakat, khususnya dalam mendorong hubungan antara faktor-faktor pembentuk minat dan keputusan berzakat aktual. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga zakat, khususnya LazisMu, dalam merancang strategi penghimpunan zakat yang lebih efektif dengan mempertimbangkan faktor individu, sosial, dan teknologi.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh niat untuk bertindak (Ajzen, 1991). Pembentukan niat tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang membentuk kesiapan individu untuk melakukan suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, religiositas dipandang sebagai faktor internal yang mencerminkan nilai dan keyakinan individu serta membentuk sikap terhadap kewajiban berzakat, keluarga sebagai faktor sosial yang membentuk norma sosial, sedangkan digital payment merepresentasikan faktor situasional yang memfasilitasi kemudahan dalam berperilaku. Ketiga faktor tersebut dipandang berperan dalam membentuk minat berzakat, yang selanjutnya mendorong keputusan individu untuk menunaikan zakat.

Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Berzakat

Religiositas merupakan tingkat keyakinan, pemahaman dan praktik keagamaan individu dalam kehidupan sehari-hari. Individu yang memiliki religiositas tinggi cenderung konsisten dalam melaksanakan kewajiban agama, termasuk menunaikan zakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat religiositas

berpengaruh signifikan dalam mendorong muzakki untuk menyalurkan zakat (Yasin et al., 2022; Fitri & Falikhatun, 2021; Firdaus et al., 2024). Hal ini menegaskan bahwa religiositas bukan hanya kewajiban sosial, tetapi juga tanggung jawab spiritual yang memotivasi individu untuk meningkatkan minat berzakat. **H1: Religiositas berpengaruh terhadap minat berzakat**

Pengaruh Keluarga Terhadap Minat Berzakat

Keluarga sebagai faktor eksternal terdekat memiliki pengaruh terhadap minat individu. Kebiasaan dan dukungan dari keluarga mendorong individu untuk meniru perilaku positif di sekitarnya, termasuk kewajiban berzakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterlibatan keluarga dapat memperkuat nilai-nilai agama dan sosial, sehingga meningkatkan minat berzakat individu (Durohman et al., 2024; Shukor, 2021; Hidayat et al., 2024). Dengan demikian, dukungan dan pembiasaan yang diberikan keluarga berperan penting dalam membentuk minat serta kesadaran individu untuk menyalurkan zakat. **H2: Keluarga berpengaruh terhadap minat berzakat**

Pengaruh Digital Payment Terhadap Minat Berzakat

Perkembangan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam berbagai transaksi, termasuk pembayaran zakat. Digital payment menyediakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan, sehingga mengurangi hambatan waktu dan tempat bagi muzakki dalam menyalurkan zakat. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui digital payment secara signifikan meningkatkan minat individu untuk berzakat melalui lembaga resmi (Rukmana et al., 2022; Utami et al., 2020). Hal ini menandakan bahwa digital payment tidak hanya memfasilitasi transaksi, tetapi juga menjadi faktor pendorong minat berzakat. **H3: Digital payment berpengaruh terhadap minat berzakat**

Pengaruh Digital Payment Terhadap Keputusan Berzakat

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, kemudahan akses digital payment meningkatkan kontrol perilaku individu sehingga mempermudah realisasi keputusan berzakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (Aulia & Puspawati, 2025; Waluyo, 2022). Hal ini menegaskan peran digital payment dalam memfasilitasi tindakan nyata berzakat, bukan hanya sekadar minat atau niat. **H4: Digital payment berpengaruh terhadap keputusan berzakat**

Pengaruh Minat Berzakat Terhadap Keputusan Berzakat

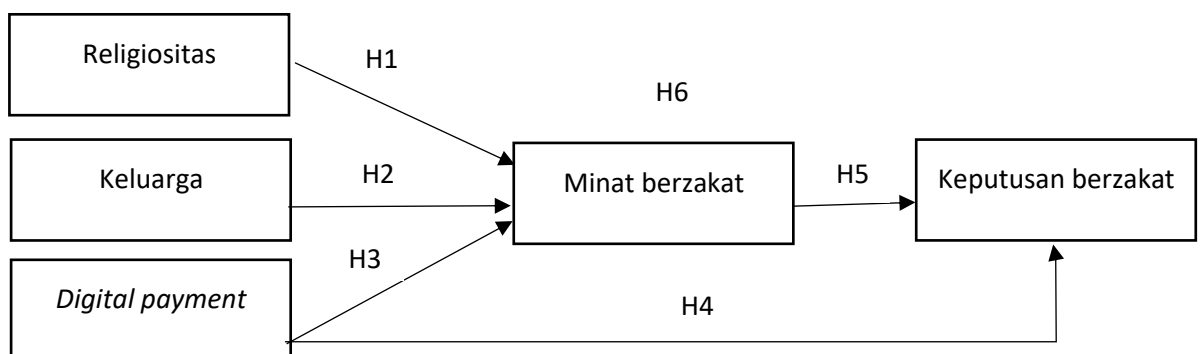
Menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), niat atau minat merupakan prediktor utama perilaku. Semakin tinggi minat seseorang untuk berzakat, semakin besar kemungkinan minat tersebut terealisasi menjadi keputusan nyata. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa minat berzakat berpengaruh

signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat (Muhammad, 2017; Rukmana et al., 2023). Dengan demikian, minat berzakat menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan individu untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. **H5: Minat berzakat berpengaruh terhadap keputusan berzakat**

Mediasi Minat Berzakat pada Pengaruh Digital payment terhadap Keputusan Berzakat

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), minat (intention) diposisikan sebagai faktor kunci yang mendorong pengaruh faktor eksternal terhadap perilaku aktual. Digital payment sebagai bentuk kemudahan teknologi mampu meningkatkan persepsi kontrol perilaku individu, karena proses pembayaran zakat menjadi lebih cepat, praktis, dan fleksibel. Kemudahan tersebut mendorong munculnya ketertarikan dan motivasi individu untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif terhadap minat berzakat, karena mampu mengurangi hambatan waktu dan prosedur dalam pembayaran zakat (Utami et al., 2020; Rukmana et al., 2022).

Minat berzakat yang tinggi meningkatkan kemungkinan individu untuk merealisasikan niat tersebut dalam bentuk keputusan berzakat secara nyata. Dalam perspektif perilaku, minat mencerminkan kesiapan individu untuk bertindak, sehingga semakin kuat minat berzakat, semakin besar peluang individu untuk mengambil keputusan menunaikan zakat. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa minat berzakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat (Muhammad, 2017; Rukmana et al., 2023). Dengan demikian, digital payment tidak hanya mempengaruhi keputusan berzakat secara langsung, tetapi juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui peningkatan minat berzakat, sehingga minat berzakat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. **H6: Minat berzakat Mediasi Pengaruh digital payment terhadap Keputusan Berzakat**



Gambar 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh religiositas, keluarga, dan digital payment terhadap

minat dan keputusan berzakat di LazisMu. Populasi penelitian mencakup individu yang pernah menyalurkan zakat melalui LazisMu, dan sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yaitu individu yang memiliki pengalaman menyalurkan zakat melalui lembaga LazisMu dan individu yang memiliki pengetahuan mengenai digital payment. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert 1–5 yang mengukur variabel religiositas, keluarga, digital payment, minat berzakat, dan keputusan berzakat. Variabel religiositas diukur dengan indikator: keyakinan, praktek ibadah, apresiasi, pengetahuan agama, dan konsekuensi (Yunizar dan Danel, 2023). Variabel keluarga diukur dengan indikator: dukungan emosional, dukungan informasi dan dukungan instrumental atau praktis (Procidano dan Heller, 1983). Variabel digital payment diukur melalui indikator: kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan dan pengaruh sosial (Utami et al., 2020; Davis, 1989). Variabel minat berzakat diukur dengan indikator: keinginan, motif sosial dan faktor emosional (Ikhwanda dan Hidayati, 2019). Serta variabel keputusan berzakat diukur dengan indikator: pencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan berzakat dan perilaku pasca berzakat (Yunizar dan Danel, 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensi dengan menggunakan partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antarvariabel dan hipotesis penelitian (Hair et al., 2021). Pengujian dilakukan melalui outer model untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan indikator (loading factor > 0,5, AVE > 0,5, cross loading > 0,6) dan reliabilitas konstruk (Composite Reliability > 0,7), serta inner model untuk mengukur pengaruh antarvariabel dianalisis melalui pengujian direct effect dan indirect effect. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05 (Hair, 2014; Wong, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel deskripsi jawaban responden menunjukkan bahwa nilai mean pada seluruh variabel berada pada kategori tinggi. Hal ini ditentukan dengan membandingkan nilai mean dengan nilai median. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat religiusitas, dukungan keluarga, penggunaan *digital payment*, minat berzakat, serta keputusan berzakat yang relatif tinggi.

Tabel 1 Deskripsi Jawaban Responden

Variabel	Kisaran Teoretis	Median	Mean	Min	Max	Range	Deviasi Standar	Kategori		
								Low	Medium	High
Religiositas	15-75	45	72.55	52	75	7.67	3.719			✓
Keluarga	9-45	27	38.56	15	45	10	6.499			✓
Digital Payment	9-45	27	40.71	10	45	11.67	5.340			✓

Minat Berzakat	9-45	27	42.69	27	45	6	4.263			✓
Keputusan Berzakat	12-60	36	55.22	34	60	8.67	4.864			✓

Selanjutnya, penelitian ini melibatkan 356 responden yang telah menunaikan zakat melalui LazisMu dan memiliki pemahaman mengenai *digital payment*. Mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa (77%), diikuti Sumatera (14%), Sulawesi (4%), Kalimantan (3%), Maluku (1%), serta Bali dan Nusa Tenggara (1%). Dari sisi karakteristik demografis, responden didominasi oleh laki-laki (53%), dengan kelompok usia terbanyak berada pada rentang 25–50 tahun (71%). Tingkat pendidikan responden relatif tinggi, di mana sebagian besar merupakan lulusan pascasarjana (67%), selanjutnya sarjana (21%). Berdasarkan profesi, responden didominasi oleh dosen (67%), diikuti karyawan swasta, wiraswasta, dan profesi lainnya.

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin		
Laki-laki	190	53%
Perempuan	166	47%
Kelompok Umur		
18-25 Tahun	29	8%
25-50 Tahun	253	71%
>50 Tahun	74	21%
Pendidikan		
SMA/Sederajat	26	7%
Diploma/D1/D2/D3	14	4%
Sarjana/S1	76	21%
Pascasarjana/S2/S3	240	67%
Profesi		
Guru	17	5%
Wiraswasta	23	6%
Dosen	238	67%
PNS	7	2%
Karyawan Swasta	34	10%
Petani/Nelayan	5	1%
Lainnya	32	9%
Kepulauan		
Pulau Jawa	273	77%
Pulau Sumatera	51	14%
Pulau Kalimantan	9	3%
Pulau Sulawesi	14	4%
Pulau Maluku	4	1%

Pulau Bali dan Nusa Tenggara	3	1%
------------------------------	---	----

Statistik Inferensi

Analisis Data dengan PLS-SEM

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian (Hair et al., 2021). Prosedur analisis mencakup dua tahap utama, yaitu evaluasi outer model dan inner model. Outer model digunakan untuk menilai kualitas instrumen pengukuran, sedangkan inner model bertujuan untuk menguji hubungan struktural dan hipotesis penelitian (Ghozali & Latan, 2015).

Outer Model

Uji Validitas

Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE). Indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki loading factor di atas 0,5 dan nilai AVE lebih dari 0,5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki loading factor yang memenuhi kriteria.

Tabel 3 Convergent Validity

	RE	KE	DP	MZ	KZ
RE1	0.721				
RE2	0.755				
RE3	0.714				
RE4	0.708				
RE6	0.748				
RE10	0.698				
KE1		0.603			
KE2		0.712			
KE3		0.751			
KE4		0.772			
KE5		0.799			
KE6		0.782			
KE7		0.779			
KE8		0.713			
KE9		0.699			
DP1			0.852		
DP2			0.851		
DP3			0.826		
DP4			0.869		
DP5			0.853		
DP6			0.787		

DP7			0.664		
DP8			0.701		
DP9			0.658		
MZ1				0.680	
MZ3				0.731	
MZ4				0.710	
MZ5				0.758	
MZ6				0.765	
MZ7				0.697	
MZ8				0.703	
MZ9				0.709	
KZ6					0.606
KZ7					0.733
KZ8					0.712
KZ9					0.709
KZ10					0.751
KZ11					0.783
KZ12					0.674

Selain itu, seluruh variabel penelitian juga menunjukkan nilai AVE di atas ambang batas 0,5, yang mengindikasikan bahwa konstruk telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 4 Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Relegiositas (RE)	0.525
Keluarga (KE)	0.542
Digital payment (DP)	0.622
Minat Berzakat (MZ)	0.518
Keputusan Berzakat (KZ)	0.507

Validitas diskriminan diuji melalui perbandingan akar AVE dengan korelasi antar konstruk, di mana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik (Rasoolimanesh, 2022).

Tabel 5 Discriminat Validity

Variabel	Dicriminat Validity
Relegiositas (RE)	0.724
Keluarga (KE)	0.737

Digital payment (DP)	0.789
Minat Berzakat (MZ)	0.720
Keputusan Berzakat (KZ)	0.712

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *composite reliability*, dengan kriteria nilai lebih besar dari 0,7 menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian bersifat reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability
RE (Religiositas)	0.869
KE (Keluarga)	0.914
DP (<i>Digital payment</i>)	0.936
MZ (Minat Berzakat)	0.896
KZ (Keputusan Berzakat)	0.877

Tabel 1.5 menunjukkan hasil uji reabilitas untuk setiap variabel yang diukur dengan menggunakan *composite reliability*. Hasil uji reabilitas di atas menunjukkan nilai *composite reliability* pada setiap variabel di atas 0,7, artinya variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Inner Model

Direct effect

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh terhadap minat berzakat di LazisMu ($t = 7.913$; $p = 0.000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiositas individu, semakin besar kecenderungannya untuk memiliki minat dalam menunaikan zakat melalui lembaga zakat resmi. Selanjutnya, dukungan keluarga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berzakat ($t = 3.647$; $p = 0.000$), yang menegaskan peran lingkungan keluarga dalam membentuk kecenderungan individu untuk berzakat. Selain itu, *digital payment* berpengaruh terhadap minat berzakat ($t = 3.542$; $p = 0.000$), menunjukkan bahwa kemudahan dan aksesibilitas sistem pembayaran digital mampu meningkatkan ketertarikan individu untuk menyalurkan zakat. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa *digital payment* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan berzakat ($t = 4.516$; $p = 0.000$). Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan sistem pembayaran digital tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga mendorong realisasi keputusan berzakat. Terakhir, minat berzakat terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat ($t = 13.119$; $p = 0.000$), yang mengindikasikan bahwa minat berperan sebagai determinan

utama dalam pengambilan keputusan individu untuk menunaikan zakat melalui LazisMu.

Tabel 7 Uji Hipotesis

	Sample Mean	Standard Deviation	T-statistic	P- Value	Keterangan
RE → MZ	0.454	0.057	7.913	0.000	Terdukung
KE → MZ	0.188	0.051	3.647	0.000	Terdukung
DP → MZ	0.219	0.062	3.542	0.000	Terdukung
DP → KZ	0.218	0.048	4.516	0.000	Terdukung
MZ → KZ	0.591	0.045	13.119	0.000	Terdukung

Indirect Effect

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa minat berzakat memediasi secara signifikan hubungan antara *digital payment* dan keputusan berzakat. Temuan ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic 3.573 dan p-value 0.000, yang mengindikasikan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan dalam model penelitian.

Tabel 8 Uji Mediasi

	Sample Mean	Standard Deviation	T-statistic	P- Value	Keterangan
DP → MZ → KZ	0.130	0.036	3.573	0.000	Terdukung

Pembahasan

Pengaruh Religiositas terhadap Minat Berzakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh terhadap minat berzakat. Penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman dan keyakinan individu terhadap ajaran agama islam mendorong terbentuknya minat membayar zakat. Individu dengan religiositas yang tinggi cenderung memandang zakat tidak hanya sebatas kewajiban sosial, tetapi juga bentuk tanggung jawab spiritual. Sejalan dengan penelitian Fitri dan Falikhatun (2021) yang menyatakan bahwa semakin tinggi religiositas individu, maka semakin tinggi minatnya untuk berzakat.

Pengaruh Keluarga terhadap Minat Berzakat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keluarga berpengaruh terhadap minat berzakat. Hal ini membuktikan bahwa keluarga memiliki peran dalam membentuk norma sosial yang positif dalam membayar zakat. Dukungan emosional, informasi dan dorongan yang dilakukan oleh keluarga mendorong individu untuk menjalankan kewajiban zakat. Sejalan dengan penelitian Shukor (2021) dan Hidayat

et al (2024) yang menyatakan bahwa dukungan dari keluarga berpengaruh terhadap minat dalam menjalankan ajaran agama islam, termasuk membayar zakat.

Pengaruh *Digital payment* terhadap Minat Berzakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap minat berzakat. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan, kenyamanan dan fleksibilitas yang didapatkan dari *digital payment* mampu meningkatkan minat individu dalam menyalurkan zakat. *Digital payment* mengurangi hambatan waktu dan tempat, sehingga proses pembayaran zakat menjadi lebih efisien. Sejalan dengan penelitian Utami et al (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan akses dari *digital payment* mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menyalurkan zakat.

Pengaruh *Digital payment* terhadap Keputusan Berzakat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap keputusan berzakat. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya sistem *digital payment* tidak hanya mempengaruhi minat berzakat, tetapi juga mendorong individu untuk melakukan keputusan yang nyata. Kemudahan transaksi yang ditawarkan *digital payment* meningkatkan persepsi kontrol perilaku individu dalam membayar zakat. Sejalan dengan penelitian Waluyo (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan sistem *digital payment* berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembayaran zakat.

Pengaruh Minat Berzakat terhadap Keputusan Berzakat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berzakat berpengaruh terhadap keputusan berzakat. Hal ini memperkuat persepsi bahwa minat merupakan faktor pendorong terbentuknya keputusan. Semakin tinggi minat individu dalam berzakat, semakin besar peluang minat tersebut direalisasikan dalam bentuk keputusan membayar zakat. Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menempatkan niat sebagai prediktor utama perilaku, serta didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa minat berzakat berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat (Muhammad, 2017; Rukmana et al., 2023).

Mediasi Minat Berzakat pada Pengaruh *Digital payment* terhadap Keputusan Berzakat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berzakat memediasi pengaruh *digital payment* terhadap keputusan berzakat, yang menegaskan bahwa *digital payment* meningkatkan keputusan berzakat tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan minat individu untuk berzakat. Artinya, kemudahan teknologi mendorong minat terlebih dahulu sebelum akhirnya direalisasikan dalam keputusan nyata. Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menempatkan minat sebagai determinan utama perilaku. *Digital payment* meningkatkan persepsi kontrol perilaku melalui kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas transaksi, sehingga

mendorong munculnya minat untuk berzakat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan sistem *digital payment* berperan dalam meningkatkan minat individu untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (Utami et al., 2020; Rukmana et al., 2022). Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi *digital payment* perlu disertai dengan upaya membangun minat berzakat agar keputusan berzakat dapat terealisasi secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa religiositas, keluarga, dan *digital payment* terbukti berpengaruh langsung secara signifikan terhadap minat berzakat, serta *digital payment* dan minat berzakat juga terbukti berpengaruh langsung terhadap keputusan berzakat. Selanjutnya minat berzakat terbukti memediasi pengaruh *digital payment* terhadap keputusan berzakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020)
- Aulia, S., & Puspawati, D. (2025). Faktor-faktor Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital oleh Muzakki Milenial dan Gen Z di Indonesia. *AL-KHARAJ: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(2). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i2.7058>
- Badan Amil Zakat Nasional. (2025). *Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Akhir Tahun 2024*. BAZNAS.
- Danila, R., Saat, R. M., & Bahador, K. M. K. (2025). Trust and religiosity: Integrating technological acceptance factors into the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model for zakat online payment systems. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 53(2), 199-214. <https://doi.org/10.37934/araset.53.2.199214>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Durohman, H., Sutisna, F. A., Anugrah, M. Y., & Baharuddin, A. Z. (2024). Socio-economic determinants of individual Muslim zakat payment behavior in Indonesia: Analysis of Indonesia family life survey (IFLS) dataset. *Journal of Islamic Economic Laws*, 7(1), 86-106. <https://doi.org/10.23917/jisel.v7i01.3362>
- Firdaus, M., Suseno, B. D., Sari, G. I., & Fauzi, M. (2024). Zakat compliance: The interplay of religiosity, awareness, and knowledge. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(3), 326-336. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i3.628>

- Fitri, L., & Falikhatun, F. (2021). Religiosity, Literacy, Income and Accessibility to Awareness in Professional Zakah Payment. *International Journal of Zakat*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i1.268>
- Hair, J. F. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook* (p. 197). Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hidayat, H. S., Rahmi, N., & Mauludin, H. (2024). Pendidikan agama Islam bagi anak dalam keluarga. *Tsaqofah*. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v4i4.3162>
- Ikhwandha, M. F., & Hudayati, A. (2019). The influence of accountability, transparency, and affective and cognitive trusts on interest in paying zakat. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 23(1), 39–51. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol23.iss1.art5>
- Muhammad, M., Mahri, A. J. W., & Nurasyiah, A. (2017). The Impact of Attitude toward Zakat and Intention to Pay Zakat on Zakat Compliance Behavior. In *1st International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy*. <https://doi.org/10.5220/0007086406010605>
- Procidano, M. E., & Heller, K. (1983). Measures of perceived social support from friends and from family: Three validation studies. *American Journal of Community Psychology*, 11(1), 1-24. <https://doi.org/10.1007/BF00898416>
- Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., & Panorama, M. (2023). Pengaruh digital payment terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat. *AL-KHARAJ: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2607-2615. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2572>
- Shukor, S. A. (2021). Determinants of zakat compliance among Muslim individuals: A systematic literature review. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 90–100. <https://doi.org/10.31436/jif.v10i2.599>
- Thamrin, M.H., Eriza, F., Faisal, M., Nasution, I.K., Afrizal, & Dalimunthe, M.A. (2023). Religiosity in paying zakat and tax compliance in Medan City. *Pharos Journal of Theology*, 104(3), 1–12. <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.330>
- Utami, P., Suryanto, T., Nasor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The effect digitalization zakat payment against potential of zakat acceptance in national Amil zakat agency. *Iqtishadia*, 13(2), 216. <https://doi.org/10.21043/IQTISHADIA.V13I2.7809>
- Waluyo. (2023). Factor influence paying zakat using digital payment. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(2). <https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.6511>
- Wong, K. K. K. (2019). *Mastering partial least squares structural equation modeling (PLS-Sem) with Smartpls in 38 Hours*. IUniverse.
- Yasin, A., Indrarini, R., & Suryaningsih, S. (2022). How religiosity, knowledge, and characteristics of muzakki affect zakat compliance. *Journal of Islamic Economics and Business*. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i1.31147>

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 2 (2026) 881 – 895 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i2.11149

Yunizar, Y., & Danel, O. (2023). Determinants of Muzakki Decision-Making to Pay Zakat in Baitulmaal Muamalat DKI Jakarta. *Journal of Islamic Economic Laws*, 108-126. <https://doi.org/10.23917/jisel.v6i1.21184>