

Faktor-faktor Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital oleh Muzakki Milenial dan Gen Z di Indonesia

Aulia Seilalisa^{1*}, Dewita Puspawati²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Surakarta
seilalisaaulia@gmail.com*, dp123@ums.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze religiosity, accessibility, zakat literacy, and age as influential factors on digital zakat payment decisions by millennial and gen Z muzakki in Indonesia. Data was obtained through distributing online questionnaires during November 2024 with a purposive sampling method so that 183 respondents were obtained. The population in this study are Indonesian Muslims in millennial generation (25-39 years old) and generation Z (13-24 years old). Respondents were selected based on their experience of having paid zakat either directly to the recipient (non-online) or online. Binary regression logistic was used as the test method to analyze the data. The result shows that religiosity and zakat literacy have no effect on digital zakat payment decisions. Meanwhile, accessibility and age affect the decision to pay digital zakat.

Keywords: Digital Zakat Payment, Religiosity, Accessibility, Zakat Literacy, Age

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis indikator religiusitas, aksesibilitas, literasi zakat, dan umur sebagai faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan gen Z di Indonesia. Data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner digital selama bulan November 2024 dengan metode *purposive sampling* sehingga didapat 183 responden. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat muslim Indonesia yang termasuk dalam kategori generasi milenial (25-39 tahun) dan generasi Z (13-24 tahun). Responden dipilih berdasarkan pengalaman telah melakukan pembayaran zakat baik langsung kepada penerima (*non-online*) maupun secara *online*. *Binary regression logistic* digunakan sebagai metode uji untuk menganalisis data penelitian. Metode uji penelitian dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan literasi zakat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital. Sementara, aksesibilitas dan umur berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital.

Kata kunci: Pembayaran Zakat Digital, Religiusitas, Aksesibilitas, Literasi Zakat, Umur

PENDAHULUAN

Pada negara-negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, pengumpulan zakat memiliki peran sama pentingnya dengan pendapatan perpajakan dalam hal ini pembangunan masyarakat dan ekonomi nasional (Abdullah dan Sapiei, 2018). Zakat merupakan rukun ketiga dari lima rukun Islam, yakni sebuah kewajiban untuk dipatuhi dan dilaksanakan setiap umat Islam dengan pendapatan atau kekayaannya telah mencapai tingkat tertentu berdasarkan yurisprudensi Islam. Kata

“zakat” menurut istilah sastra memiliki arti: keberkahan, pertumbuhan, perkembangan, kesucian dan kerapian, sedangkan dalam perspektif hukum Islam diartikan sebagai bagian dari kekayaan untuk diberikan kepada sekelompok orang yang berhak menerima menurut ajaran Islam (Qardhawii *et al.*, 1991). Zakat hanya akan bermakna sebagai pemenuhan kewajiban agama jika dilihat berdasarkan perspektif nilai ibadah keagamaan (Kasri dan Yuniar, 2021), tetapi jika dilihat dengan perspektif lebih luas, zakat adalah salah satu bentuk kepedulian terhadap keuangan sosial serta berperan penting bagi pembangunan ekonomi dan jaminan sosial sebuah negara (Bilo dan Machado, 2020; Saad *et al.*, 2020).

Melalui perspektif pemerintahan, zakat telah digunakan sejak zaman Nabi Muhammad SAW dan para Khulafaur Rasyidin sebagai salah satu mekanisme untuk mengentaskan kemiskinan dan mengurangi ketimpangan pendapatan melalui distribusi kembali kekayaan dari kelompok mampu kepada kelompok kurang beruntung dan membutuhkan (Rahmad, 2024; Ahmed dan Salleh, 2016; Nusrate Aziz dan Mohamad, 2016). Selanjutnya melalui perspektif ekonomi, zakat berperan penting dalam mencegah penimbunan kekayaan di tangan orang kaya serta membantu masyarakat kurang mampu untuk menjadi bagian dari perekonomian negara. Artinya, bagi suatu negara dengan mayoritas penduduk Muslim, zakat melalui manajemen optimal dan efektif dapat mengatasi kemiskinan melalui minimalisir disparitas pendapatan antara kelompok masyarakat mampu dan kelompok masyarakat kurang beruntung (Kailani dan Slama, 2020; Owoyemi, 2020; Zauro *et al.*, 2020).

Indonesia sebagai negara multi etnis dengan mayoritas penduduk beragama Islam sebanyak 87,2% dari 281 juta jiwa (Badan Pusat Statistik [BPS], 2024), artinya ada kegiatan pembayaran zakat bagi mereka dengan jumlah hartanya telah mencapai atau melebihi ambang batas (*nisab*). Adapun jenis zakat antara lain zakat fitrah, zakat mall, zakat emas dan perak, zakat binatang ternak, dan zakat perdagangan atau *tijarah*, namun ada salah satu jenis zakat wajib untuk dipenuhi setidaknya setahun sekali pada Bulan Ramadhan yaitu zakat fitrah (Nurul Fadia dan Moh. Abd. Rahman, 2023). Terkait kesadaran pembayaran zakat, berdasarkan penilaian oleh (Charities Aid Foundation, 2023) Indonesia masih termasuk dalam sepuluh besar negara dengan tren peningkatan pemberian amal selama 6 tahun terakhir hingga 2023, menandakan bahwa Indonesia mempunyai skor tertinggi dalam hal donasi uang dan sukarelawan serta motivasi tersebut didukung oleh adanya faktor religiusitas agama.

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas beragama Islam tentu memiliki lembaga pengelolaan zakat, berdasarkan hukum terdapat dua jenis lembaga yakni dewan zakat (Badan Amil Zakat Nasional, disingkat BAZNAS) dan lembaga zakat swasta (Lembaga Amil Zakat, disingkat LAZ). BAZNAS dijalankan di semua tingkatan pemerintah mulai dari tingkat pusat hingga kota/kabupaten, sedangkan LAZ dijalankan setelah mendapat persetujuan pemerintah (Indonesia baik, 2018). Pada tahun 2022, pengumpulan mencapai 22 Triliun rupiah atau mengalami pertumbuhan sebesar 84,16% dibandingkan tahun 2021 (Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS], 2023). Peningkatan jumlah ini disebabkan salah satu faktor adanya kejadian atau bencana, yakni berlangsungnya pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Sehingga

semangat berzakat oleh *muzakki* ditambah adanya *platform* digital menciptakan daya tarik dan kemudahan untuk membayar zakat.

Kelompok *muzakki* diharapkan berasal dari umur produktif seperti para pekerja atau pengusaha, serta melek teknologi untuk memperluas dan membiasakan perilaku pembayaran secara digital salah satunya pembayaran zakat (Beik *et al.*, 2024). Besarnya potensi zakat khususnya di era digital ada pada generasi milenial yakni mereka pada tahap umur produktif. Generasi milenial berdasarkan Pew Research Center (Dimock, 2019) ialah mereka kelahiran 1981-1996, generasi ini tumbuh besar bersama dengan ledakan perkembangan teknologi karena itu generasi ini dikenal sebagai generasi dengan kemampuan tinggi dalam menggunakan teknologi. Kemudian ada generasi Z ialah mereka kelahiran 1997-2012 (Idris Abas *et al.*, 2022), generasi ini tumbuh dengan akses internet sejak kecil sehingga memiliki kemampuan interaksi teknologi melebihi generasi sebelumnya. Selain kemampuan penggunaan teknologi tinggi, kepedulian terhadap isu sosial dan keagamaan termasuk dalam berdonasi menjadi kelebihan generasi Z (Puspawati *et al.*, 2024). Oleh karena itu, generasi Z memiliki potensi serupa dengan generasi milenial dalam potensi pembayaran zakat secara digital.

Digitalisasi diketahui memberikan pengaruh kemudahan untuk setiap kalangan masyarakat termasuk aktivitas zakat, hal ini turut serta berpengaruh terhadap operasionalnya melalui penggunaan *website* dan sistem komputerisasi (Abas dan Puspawati, 2024; Putri, 2023; Salleh *et al.*, 2019). Tahun 2019 pengumpulan dana zakat melalui *platform online* hanya 35,19 miliar rupiah, jumlah ini jauh tertinggal dibandingkan pengumpulan dana secara *offline* di Provinsi DKI Jakarta (Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS], 2020). Namun, tren ini mengalami perubahan drastis pada tahun 2020 menunjukkan pengumpulan dana zakat melalui *platform online* meningkat dua kali lipat sejumlah 74,09 miliar rupiah melampaui pengumpulan dana secara *offline*. Meski demikian, pengumpulan dana zakat masih jauh dari potensi penghimpunan zakat di Jakarta sejumlah 58,3 triliun rupiah (Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS], 2021).

Tabel 1. Perbandingan Perolehan Zakat Secara Offline dan Online

Sumber: (Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS], 2021)

Tahun	Perolehan Zakat		Total
	Online (dalam miliar rupiah)	Offline (dalam Miliar rupiah)	
2017	0,816	74,8	75,7
2018	5,07	85,75	90,8
2019	35,19	82,32	118
2020	74,09	73,92	148

Melihat perkembangan kenaikan pembayaran zakat secara digital serta adanya potensi dari *muzakki* milenial dan gen Z, penting untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat. Melalui pemahaman faktor-faktor berpengaruh tersebut dapat diketahui potensi

penggunaan teknologi pembayaran digital untuk kebaikan kehidupan utamanya pembayaran zakat. Pada penelitian ini, peneliti menekankan faktor-faktor berpengaruh antara lain religiusitas, literasi zakat, aksesibilitas, dan umur.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa tingkat religiusitas, literasi zakat, aksesibilitas, dan umur merupakan faktor berkontribusi terhadap keputusan pembayaran zakat (Beik *et al.*, 2024; Abdullah dan Sapiei, 2018; Kasri dan Yuniar, 2021), akan tetapi temuan penelitian sebelumnya masih beragam. Seperti, (Aristiana *et al.*, 2019) dan (Kurniaputri *et al.*, 2020) menemukan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital. Penelitian lainnya oleh (Utami *et al.*, 2020) menemukan bahwa aksesibilitas pembayaran zakat secara *online* di Indonesia masih lemah karena masih terbatasnya akses internet. Hasil penelitian yang beragam ini memberikan peluang bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi lebih jauh.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut penulis ingin memodifikasi penelitian (Beik *et al.*, 2024) dengan judul “*Analysis on the determinant of millennials’ zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach*” dengan penambahan variabel religiusitas. Penelitian juga bertujuan untuk mengisi *gap* penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan latar belakang dan penelitian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “*Faktor-Faktor Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial Dan Gen Z Di Indonesia.*”

TINJAUAN LITERATUR

Theory Planned Behavior (TPB)

Dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1991) merupakan pengembangan teori dari *Theory of Reasoned Reason* (TRA) yang kemudian dikenal juga sebagai *social cognitive framework*, teori ini bertujuan untuk membantu memahami bahwa perilaku dipengaruhi oleh *attitudes*, *subjective norms*, dan *perceptions of control over behavior* (Pitchay *et al.*, 2020; Wang *et al.*, 2018). Artinya dalam TPB memiliki tiga faktor kunci yaitu *attitudes*, *subjective norms*, dan *perceptions of control over behavior*. *Attitude* didefinisikan sebagai faktor internal berupa pembelajaran dalam diri untuk merespon secara konsisten suka atau tidak suka pada suatu objek (Huda *et al.*, 2012). Pada agama Islam, *attitude* disebut akhlak yakni ilmu untuk menentukan baik dan buruk serta terdapat tiga akhlak yakni terhadap Allah SWT., diri sendiri, dan sesama manusia (Kamal dan Ghani, 2014; Huda *et al.*, 2018). *Subjective norms* didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak suatu perilaku, kemudian dalam Islam *subjective norms* memiliki tiga kategori, yakni niat ibadah, niat ta’at dan niat qurban (Abidin 2012). *Perceptions of control over behavior* yaitu perasaan individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Mahyani 2013).

Pembayaran Zakat Digital

Seiring perkembangan teknologi, organisasi zakat global dalam operasionalnya juga mulai mengadopsi teknologi pembayaran digital (Salleh *et al.*,

2019). Pembayaran digital mengacu pada penggunaan sistem jaringan pada operasional transaksi sehingga menghilangkan kebutuhan pertukaran tradisional yakni uang tunai (Ghofar *et al.*, 2024). Artinya pembayaran digital dapat menyederhanakan dan meningkatkan efisiensi transaksi karena menghilangkan kebutuhan transaksi tunai dan mengurangi kebutuhan tatap muka antara pembayar dan penerima secara langsung. Maka adopsi teknologi pada pembayaran zakat dengan hadirnya program zakat digital yang didalamnya terdapat kolaborasi beberapa lembaga zakat dengan *platform crowdfunding* untuk menyediakan pembayaran zakat *online* (Hudaefi, 2020).

Religiusitas

Religiusitas dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agama dan ajarannya (Johnson *et al.*, 2001). Literatur telah mengakui bahwa keyakinan agama membentuk sikap, perilaku, dan karakter seseorang (Barro dan McCleary, 2003). Hal ini dikarenakan fungsi afektif dan kognitif penilaian individu dipengaruhi oleh komponen, unsur, dan dimensi keagamaan (Idris *et al.*, 2012). Maka religiusitas dapat dianggap sebagai mekanisme penegakan moral internal individu dalam menghambat perilaku ilegal dan tidak bermoral (Torgler, 2006). Pada literatur zakat, religiusitas menjadi faktor krusial karena umat Islam dengan nilai keagamaan tinggi diharapkan lebih sadar akan kewajiban membayar zakat dibandingkan dengan umat Islam yang memiliki nilai keagamaan rendah (Farah Mastura dan Zainol, 2015).

Aksesibilitas

Aksesibilitas pembayaran digital adalah kelancaran dan kemudahan dalam melakukan pembayaran melalui *platform* digital seperti aplikasi *e-wallet* atau *fintech* (Moehadi *et al.*, 2023). Indikator kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi antara lain mudah dipelajari, mudah digunakan, dan meningkatkan keterampilan, serta mudah dioperasikan (Davis, 1989). Artinya tingkat aksesibilitas tinggi terhadap teknologi pembayaran zakat digital, baik kemampuan akses maupun pemahaman menggunakan *platform* digital dapat meningkatkan *perceptions of control over behavior* yang dirasakan serta memperbesar kemungkinan *muzakki* untuk memiliki keputusan pembayaran zakat digital.

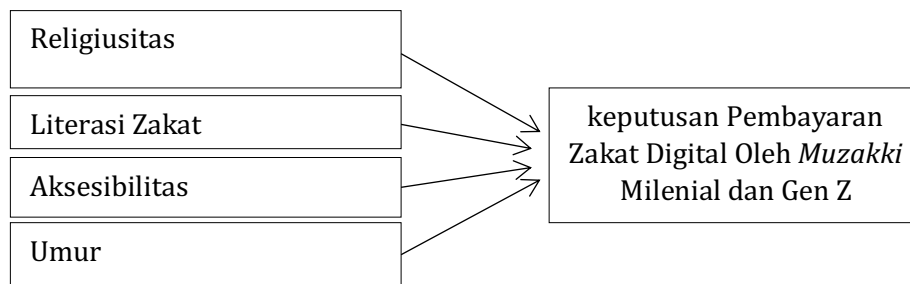
Literasi Zakat

Literasi zakat secara terminologi berarti menekankan pemahaman pengetahuan dan akses terhadap informasi zakat sehingga dapat diartikan literasi zakat sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, dan mengakses informasi tentang zakat (Kasri dan Yuniar, 2021). Literasi mendalam terkait zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim sebab hal ini terkait pemahaman seperti syarat-syarat, perhitungan, penerima, dan hukum zakat dimana berpengaruh terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat (Yusfiarto, 2020). Oleh karena itu, literasi zakat perlu untuk dapat meningkatkan kesadaran pembayaran zakat. Semakin tinggi literasi zakat semakin besar kemungkinan *muzakki* yakin dan nyaman melakukan pembayaran zakat secara digital, artinya *perceptions of control over*

behavior memperkuat literasi zakat sebab *muzakki* dengan kemampuan dan pengetahuan cukup akan memilih melakukan pembayaran zakat digital.

Umur

Umur adalah salah satu faktor internal dalam diri konsumen dalam hal ini *muzakki*, terkait dengan pengambilan keputusan (Sumarwan, 2004). Umur merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah lama waktu atau ada (sejak dilahirkan atau ditiadakan), artinya umur merupakan interval waktu sejak individu dilahirkan hingga mencapai umur tertentu dan sering kali diukur dalam tahun (Santika, 2015). Pada konteks pembayaran zakat, umur memiliki peranan signifikan yaitu sebagai salah satu syarat bagi *muzakki* yakni umur *baligh*. Umur *baligh* atau dalam konteks hukum Islam disebut *akil baligh* ialah masa ketika seseorang dianggap telah mencapai kedewasaan mental dan emosional, serta dapat menanggung tanggung jawab agama (Rahim dan Amran, 2024) termasuk kewajiban zakat.



Gambar 1. Gambaran Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh *Muzakki* Milenial dan Generasi Z

Religiusitas dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agama dan ajarannya (Johnson *et al.*, 2001). Pada TPB sikap seseorang (*muzakki*) terhadap suatu perilaku pembayaran zakat dipengaruhi oleh nilai-nilai dan keyakinan pribadi, maka dalam hal ini *subjective norms* pada TPB memperkuat religiusitas terhadap keputusan pembayaran zakat digital sebab *muzakki* terdorong memenuhi kewajiban agama karena tingkat religiusitas dalam dirinya. Hasil penelitian Abdullah dan Sapiei (2018) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kepatuhan zakat, yakni umat Islam dengan nilai-nilai agama kuat atau lebih tinggi kemungkinan besar mematuhi kewajiban zakat. Sementara, penelitian Kurniaputri *et al.*, (2020) menunjukkan tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap keputusan pembayaran zakat, sebab kelompok milenial memiliki pemahaman dan pengetahuan kurang akan makna dan hakikat dari pembayaran ZIS secara digital, terutama pada realita dijumpai bahwa faktor kaum millennial membayar ZIS didominasi oleh nilai-nilai sosialnya bukan dari nilai spiritual. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1: Religiusitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial Dan Generasi Z

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial dan Generasi Z

Aksesibilitas pembayaran digital adalah kelancaran dan kemudahan dalam melakukan pembayaran melalui platform digital seperti aplikasi e-wallet atau *fintech* (Moehadi *et al.*, 2023). Artinya tingkat aksesibilitas tinggi terhadap teknologi pembayaran zakat digital, baik kemampuan akses maupun pemahaman menggunakan *platform* digital dapat meningkatkan *perceptions of control over behavior* yang dirasakan serta memperbesar kemungkinan *muzakki* untuk memiliki keputusan pembayaran zakat digital. Menurut penelitian Ana Mustaanah *et al.*, (2023) bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital sebab kemudahan yang ditawarkan. Namun, penelitian Utami *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi tantangan sebab masih banyak daerah di Indonesia mengalami keterbatasan dan jaringan internet lemah. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

H2: Aksesibilitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial dan Generasi Z

Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial Dan Generasi Z

Literasi zakat adalah kemampuan dalam diri seorang untuk membaca, memahami, menghitung, dan mengakses informasi tentang zakat (Robi Prayoga dan Muhammad Yafiz, 2022). Semakin tinggi literasi zakat semakin besar kemungkinan *muzakki* yakin dan nyaman melakukan pembayaran zakat secara digital, artinya *perceptions of control over behavior* memperkuat literasi zakat sebab *muzakki* dengan kemampuan dan pengetahuan cukup akan memilih melakukan pembayaran zakat digital. Penelitian oleh Kasri dan Yuniar (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara literasi zakat terhadap keputusan pembayaran zakat secara digital dimana semakin baik literasi zakat maka semakin tinggi pula keputusan pembayaran zakat melalui sistem pembayaran *online*. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian Yusfiarto (2020) bahwa literasi zakat memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat. Sementara penelitian Anggraini dan Indrarini (2022) menunjukkan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat sebab masih rendahnya literasi zakat serta faktor sosial budaya yang masih cenderung melakukan transaksi konvensional. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

H3: Literasi Zakat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh Muzakki Milenial dan Generasi Z

Pengaruh Umur Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh *Muzakki* Milenial dan Generasi Z

Umur *baligh* atau dalam konteks hukum Islam disebut *akil baligh* ialah masa ketika seseorang dianggap telah mencapai kedewasaan mental dan emosional, serta dapat menanggung tanggung jawab agama (Rahim & Amran, 2024) termasuk kewajiban zakat. Pada TPB *attitude* memperkuat faktor umur bagi *muzakki* untuk melaksanakan pembayaran zakat sebab semakin tua umur *muzakki* maka kesadaran akan tanggung jawab sosial dan agama semakin kuat. Umur pada kategori tertentu akan mendorong penggunaan teknologi untuk pembayaran zakat dalam hal ini ialah *muzakki* milenial dan gen Z karena kemampuan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, umur dapat menjadi potensi meningkatkan keputusan pembayaran zakat digital. Hasil penelitian (Beik *et al.*, 2024) dan (Arlia dan Anwar, 2019) menyatakan bahwa umur memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat secara *online* pada generasi milenial, sebab generasi milenial saat ini telah berada pada umur produktif dan telah mencapai *akil balig* sehingga kesadaran akan tanggung jawab dapat dipahami dan dilaksanakan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

H4: Umur Berpengaruh Terhadap keputusan Pembayaran Zakat Digital Oleh *Muzakki* Milenial dan Generasi Z

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif data primer yang menguji faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh *muzakki* milenial dan gen Z di Indonesia dengan indikator faktor berpengaruh terdiri dari religiusitas, aksesibilitas, literasi zakat, dan umur. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* selama bulan November 2024 dengan populasi penelitian adalah seluruh masyarakat Indonesia yang telah melaksanakan kewajiban zakat. Suatu penelitian dikatakan representatif bila jumlah sampel yang digunakan sama dengan sebanyak jumlah indikator dikalikan 5-10 atau minimal 100 (seratus) sampel responden (Hair *et al.*, 2019), maka pada penelitian ini dengan jumlah indikator sebanyak 16 indikator, sehingga $16 \times 10 = 160$. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* sehingga sampel dalam penelitian adalah masyarakat Indonesia pada kategori generasi milenial dan Z yang telah melakukan pembayaran zakat langsung kepada *mustahik* (*non online*) maupun *online* baik melalui BAZNAS maupun LAZNAS.

Pada penelitian ini kuesioner dibuat dengan skala likert dimulai dari skor 1 menunjukkan (STS) Sangat Tidak Setuju hingga skor 4 menunjukkan (SS) Sangat Setuju. Indikator variabel keputusan pembayaran zakat diadopsi dari penelitian Beik *et al.*, (2024), indikator variabel religiusitas diadopsi dari penelitian Beik *et al.*, (2024), indikator variabel aksesibilitas diadopsi dari penelitian Beik *et al.*, (2024), dan indikator variabel literasi zakat diadopsi dari penelitian Kasri dan Yuniar (2021). Pada penelitian ini akan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji

tingkat reliabel dan valid tidaknya pertanyaan kuesioner (Ghozali, 2018). Kemudian uji *binary regression logistic* sebagai teknik analisis data untuk menganalisis hubungan antara variabel terikat berupa variabel biner dan variabel bebas berupa numerik atau kategori, dengan tujuan untuk memprediksi peluang kejadian suatu peristiwa berdasarkan variabel faktor (Hosmer dan Lemeshow 1989). Sebelum analisis *binary regression logistic*, dilakukan juga uji kelayakan model, uji keseluruhan model, dan uji parsial (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Melalui penyebaran kuesioner secara *online* diperoleh responden sebanyak 183 dengan data karakteristik responden yang ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Umur		
Generasi Milenial	127	69,4
Generasi Z	56	30,6
Gender		
Laki-Laki	57	31,1
Perempuan	126	68,9
Pendidikan Terakhir		
SMP/SMA/SMK	113	61,7
Diploma	9	4,9
S1	60	32,8
S2	1	0,5
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	126	68,9
Mahasiswa	38	20,8
PNS	3	1,6
Wirausaha	3	1,6
Lainnya	13	7,1
Pendapatan		
< Rp 1.000.000	25	13,7
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	20	10,9
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	79	43,2
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	29	15,8
> Rp 5.000.000	30	16,4
Status Pernikahan		
Lajang	77	42,1
Menikah	103	56,3
Cerai	3	1,6

Domisili

Banten	5	2,7
DIY	5	2,7
DKI Jakarta	21	11,5
Jawa Barat	18	9,8
Jawa Tengah	124	67,8
Jawa Timur	7	3,8
Sulawesi Selatan	2	1,1
Sumatera Utara	1	0,5

Sumber: Data Diolah, 2024

Pada penelitian ini diperoleh data sebanyak 183 responden, terdiri dari 127 responden generasi milenial dan 56 responden generasi Z dengan kelompok perempuan lebih banyak sebesar 126 responden dibanding kelompok laki-laki sebanyak 57 responden. Berdasarkan riwayat pendidikan terakhir, kelompok SMP/SMA/SMK menjadi terbanyak sebesar 61,7% dan kelompok dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebesar 68,9%. Berdasarkan kategori pendapatan, didominasi oleh kelompok dengan pendapatan Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 43,2% dan kelompok dengan status pernikahan telah menikah sebanyak 56,3%. Domisili responden terbanyak berasal dari Jawa Tengah sebanyak 67,8%.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Digunakan untuk mengetahui gambaran suatu data meliputi jumlah data (N), nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Total_REL	183	8	16	13,03	1,743
Total_AKS	183	3	12	10,26	1,696
Total_LZ	183	14	28	22,33	3,317

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan nilai dari masing-masing variabel independen. Variabel religiusitas dengan jumlah data sebanyak 183 memiliki nilai *mean* sebesar 13,03 dengan standar deviasi sebesar 1,743. Variabel aksesibilitas dengan jumlah data sebanyak 183 memiliki nilai *mean* sebesar 10,26 dengan standar deviasi sebesar 1,696. Serta variabel literasi zakat dengan jumlah data sebanyak 183 memiliki nilai *mean* sebesar 22,33 dengan standar deviasi sebesar 3,317.

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan melalui uji korelasi atau *pearson correlation* dengan melihat hasil nilai signifikansi.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Religiusitas	R1	0,829**	0,000	183
	R2	0,715**	0,000	183
	R3	0,503**	0,000	183
	R5	0,643**	0,000	183
Aksesibilitas	A1	0,817**	0,000	183
	A2	0,888**	0,000	183
	A3	0,908**	0,000	183
Literasi Zakat	L1	0,806**	0,000	183
	L2	0,612**	0,000	183
	L3	0,750**	0,000	183
	L4	0,766**	0,000	183
	L5	0,818**	0,000	183
	L6	0,852**	0,000	183
	L7	0,716**	0,000	183

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 183 responden dengan item di setiap variabel religiusitas, aksesibilitas, dan literasi zakat memiliki nilai Sig, (2-tailed) sebesar 0.000 artinya setiap item valid dan dapat digunakan sebagai dasar analisis karena memiliki nilai kurang dari 0,05.

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan (*reliability*) dan konsistensi alat ukur penelitian dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items
Religiusitas	0,608	4
Aksesibilitas	0,841	3
Literasi Zakat	0,873	7

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada variabel religiusitas, aksesibilitas, dan literasi zakat memiliki nilai lebih besar dari 0,6 sehingga semua item religiusitas, aksesibilitas, dan literasi zakat dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lemeshow's*)

Pengujian kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* yang diukur dengan nilai *chi square*.

Tabel 6. Hasil Uji Kelayakan Model (Hosmer and Lemeshow's)

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6,036	8	0,643

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 hasil hasil uji *hosmer dan lemeshow*, besarnya nilai signifikansi adalah 0,643. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini bersifat layak dan tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara variabel karena memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 ($>0,05$).

Hasil Uji Kelayakan Model (Overall Model Fit)

Hasil Uji Chi Square

Penilaian keseluruhan model (*Overall Model Fit*) ditunjukkan dengan *Log Likelihood Value* (nilai $-2LL$), yaitu dengan cara membandingkan antara nilai $-2LL$ pada awal (*block number* = 0) dengan nilai $-2LL$ pada akhir (*block number* = 1).

Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Model (Overall Model Fit)

-2Loglikelihood	Value
Start (BlockNumber=0)	250,793
End(BlockNumber=1)	233,435

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 hasil uji *Likelihood* menunjukkan nilai -2 log likelihood awal (*block number* = 0) sebesar 250,793 sedangkan nilai -2 log likelihood akhir (*block number* = 1) sebesar 2334353. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan merupakan model regresi yang baik dan sehat (*fit*) dengan data karena nilai -2 log likelihood awal (*block number* = 0) lebih besar daripada nilai -2 log likelihood akhir (*block number* = 1).

Hasil Uji Nagelkerke's R Square

Variabilitas dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen diukur menggunakan koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai Nagelkerke R Square.

Tabel 8. Hasil Uji Nagelkerke's R Square

Step	2Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	233,435	0,090	0,121

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan nilai Nagelkerke's R Square sebesar 0,121 menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri atas religiusitas, aksesibilitas, literasi zakat, dan umur berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*simultan*) sebesar 12,1%, sedangkan 87,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui signifikansi setiap variabel independen dengan melihat *significance* pada kolom sig.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Religiusitas	-0,064	0,108	0,354	1	0,552	0,938
Aksesibilitas	0,214	0,106	4,060	1	0,044	1,238
Literasi Zakat	0,103	0,059	3,029	1	0,082	1,108
Umur	-0,360	0,148	5,945	1	0,015	0,698
Constanta	-2,024	0,451	1.947	1	0,163	0,132

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel religiusitas sebesar $0,552 > 0,05$ artinya secara parsial religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital, nilai signifikansi variabel aksesibilitas sebesar $0,044 < 0,05$ artinya secara parsial aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital, nilai signifikansi variabel literasi zakat sebesar $0,084 > 0,05$ artinya secara parsial literasi zakat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital, dan nilai signifikansi variabel umur sebesar $0,015 < 0,05$ artinya secara parsial umur berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat.

Analisis *Binary Regression Logistic*

Analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel terikat berupa variabel biner dan variabel bebas berupa numerik atau kategori, dengan tujuan untuk memprediksi peluang kejadian suatu peristiwa berdasarkan variabel faktor.

Tabel 10. Hasil Uji *Binary Regression Logistic*

	B	S.E.	Wald	df	Sig.
Step 1 ^a Total_R	-0,064	0,108	0,354	1	0,552
Total_A	0,214	0,106	4,060	1	0,044
Total_L	0,103	0,059	3,029	1	0,082
Umur	-0,360	0,148	5,945	1	0,015
Constant	-2,024	0,451	1.947	1	0,163

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 10 hasil uji *binary regression logistic* yang telah dilakukan dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$P = -2,024 - 0,064 \text{ Religiusitas} + 0,214 \text{ Aksesibilitas} + 0,103 \text{ Literasi Zakat} - 0,360 \text{ Umur}$$

Angka yang dihasilkan dalam pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -2,024 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel independen yaitu religiusitas, aksesibilitas, literasi zakat, dan umur maka probabilitas keputusan pembayaran zakat digital akan sebesar -2,024.
- Besarnya koefisien regresi variabel religiusitas bernilai 0,064 yang artinya apabila religiusitas menurun sebesar 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat digital akan meningkat sebesar 0,064 dan sebaliknya, apabila umur meningkat 1 satuan maka keputusan pembayaran zakat digital akan menurun sebesar 0,064.
- Besarnya koefisien regresi variabel aksesibilitas bernilai 0,214 yang artinya apabila aksesibilitas meningkat sebesar 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat digital akan meningkat sebesar 0,214. Sebaliknya apabila aksesibilitas menurun 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat akan menurun sebesar 0,214.
- Besarnya koefisien regresi variabel literasi zakat bernilai 0,103 yang artinya apabila literasi zakat meningkat sebesar 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat digital akan meningkat sebesar 0,103. Sebaliknya apabila literasi zakat menurun 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat akan menurun sebesar 0,103.
- Besarnya koefisien regresi variabel umur bernilai 0,360 yang artinya apabila umur menurun sebesar 1 satuan maka probabilitas keputusan pembayaran zakat digital akan meningkat sebesar 0,360 dan sebaliknya, apabila umur meningkat 1 satuan maka keputusan pembayaran zakat digital akan menurun sebesar 0,360.

Pembahasan

Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan generasi Z

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel religiusitas memiliki nilai signifikan 0,552 yang lebih besar dari 0,05 ($>90,05$) berarti religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap probabilitas keputusan pembayaran zakat digital, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-1 ditolak. Religiusitas dikatakan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital dapat disebabkan karena pergeseran definisi, nilai, dan prioritas dengan generasi sebelumnya (Mustaanah *et al.*, 2023). Pada generasi milenial dan gen Z, sejak awal telah lahir dan besar dalam perkembangan teknologi sehingga interaksi dengan teknologi berbeda dengan generasi sebelumnya, melalui aspek praktis dan efisien dari teknologi menjadikan aspek religiusitas bukan sebagai alasan tindakan menggunakan teknologi dalam keagamaan (Kurniaputri *et al.*, 2020). Oleh karena itu, religiusitas bukan menjadi faktor berpengaruh bagi generasi milenial dan gen Z dalam menentukan pilihan untuk bertransaksi secara digital dalam hal ini pembayaran zakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ana Mustaanah *et al.*, (2023), Kurniaputri *et al.*, (2020), dan Aristiana *et al.*, (2019) yang menyatakan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital.

Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan generasi Z

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikan 0,044 yang lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) berarti aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap probabilitas keputusan pembayaran zakat digital kearah negatif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-2 diterima. Generasi milenial dan gen Z yang lahir dan tumbuh dalam perkembangan teknologi akan lebih akrab dan percaya pada teknologi dibanding generasi sebelumnya terutama setelah merasakan langsung pengalaman penggunaan teknologi yang memberikan kemudahan dan efisiensi. Mengikuti perkembangan teknologi, lembaga zakat diketahui juga memiliki platform *online* untuk mendukung kegiatan keagamaan dalam hal ini pembayaran zakat *online*. Tersedianya platform pembayaran zakat digital semakin meningkatkan keputusan pemilihan pembayaran zakat digital terutama bagi generasi milenial dan generasi Z ini. Artinya dengan semakin mudahnya aksesibilitas terhadap teknologi yang tersedia, maka minat kedua generasi ini semakin meningkat dalam hal ini pembayaran zakat digital. Oleh karena itu, aksesibilitas menjadi salah satu faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Beik *et al.*, (2024) dan Utami *et al.*, (2020) yang menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap pembayaran zakat digital.

Literasi zakat berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan generasi Z

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel literasi zakat memiliki nilai signifikan 0,082 yang lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) berarti literasi zakat tidak memiliki pengaruh terhadap probabilitas keputusan pembayaran zakat digital, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-3 ditolak. Literasi zakat diketahui tidak berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat digital menunjukkan bahwa dengan hanya memiliki pengetahuan tentang zakat tidak menentukan bahwa seseorang berminat untuk melakukan pembayaran zakat digital (Anggraini dan Indrarini, 2022). Selain itu, individu lebih memprioritaskan kepercayaan mereka terhadap integritas dan keandalan organisasi penyedia layanan zakat digital daripada pemahaman tentang zakat dalam hal ini pembayaran zakat digital. Artinya hanya dengan peningkatan literasi zakat dinilai tidak cukup untuk meningkatkan minat pembayaran zakat digital, namun perlu pendekatan lebih komprehensif mencakup membangun kepercayaan pada institusi pengelola zakat untuk memastikan platform digital yang ramah dan aman bagi pengguna. Oleh karena itu, literasi zakat diketahui tidak bisa menjadi salah satu faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Anggraini dan Indrarini (2022) yang menyatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat digital.

Umur berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan generasi Z

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel umur memiliki nilai signifikan 0,015 yang lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) berarti umur memiliki pengaruh

terhadap probabilitas keputusan pembayaran zakat digital kearah negatif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-4 diterima. Individu yang lebih muda dalam hal ini generasi milenial dan gen Z diketahui memiliki motivasi menyumbang lebih dibandingkan generasi tua. Hal ini biasanya juga berkaitan dengan idealisme dan tanggung jawab sosial. Umur generasi milenial yang sudah memasuki umur produktif serta generasi Z yang mulai memasuki fase serupa sehingga memiliki keuangan stabil mendorong pemenuhan kewajiban keagamaan dalam hal ini berzakat sekaligus untuk memenuhi tanggung jawab sosial dalam hal kepedulian. Umur juga mempengaruhi tingkat kesadaran dan pendidikan, ketika umur semakin dewasa maka paparan akan kesadaran dan pengetahuan zakat makin banyak terpapar akan kesadaran dan pengetahuan zakat. Oleh karena itu, umur menjadi salah satu faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Arilia dan Moch. Khoirul Anwar (2019) yang menyatakan bahwa umur memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh dari indikator religiusitas, aksesibilitas, literasi zakat, dan umur sebagai faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh muzakki milenial dan gen Z di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan variabel literasi zakat religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh *muzakki* milenial dan generasi Z. Variabel aksesibilitas dan variabel umur memiliki pengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital oleh *muzakki* milenial dan generasi Z.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan dan evaluasi bagi peneliti selanjutnya. Bagi penelitian selanjutnya disarankan menggunakan indikator faktor berpengaruh lainnya dalam menganalisis faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, N. I., & Puspawati, D. (2024). E-Wallet Adoption in Continuance Intention As A e-Payment System for Live Streaming Shopping. *Procedia Computer Science*, 234, 1137–1144. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.109>
- Abdullah, M., & Sapiei, N. S. (2018). Do Religiosity, Gender and Educational Background Influence Zakat Compliance? The Case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 45(8), 1250–1264. <https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2017-0091>
- Ahmed, H., & Salleh, A. M. H. A. P. M. (2016). Inclusive Islamic Financial Planning: a Conceptual Framework. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(2), 170–189. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2015-0006>

- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-66>
- Arilia, L., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Demografi Santri Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 62–71.
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib, A. B. (2019). Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay). *Indonesian Conference of Zakat - Proceedings*, 50–59. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.156>
- Aziz, M. N., & Osman, B. M. (2016). Islamic Social Business to Alleviate Poverty and Social Inequality. *International Journal of Social Economics*, 43(6), 573–592. <https://doi.org/10.1108/IJSE-06-2014-0129>
- Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS]. (2020). *OUTLOOK ZAKAT INDONESIA 2021*. puskasbaznas.com. dikases dari portal <https://www.puskasbaznas.com/publications/outlook/indonesia-zakat-outlook-2020> pada 5 Juni 2024
- Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS]. (2021). *OUTLOOK ZAKAT INDONESIA 2022*. puskasbaznas.com. diakses dari portal <https://www.puskasbaznas.com/publications/outlook/indonesia-zakat-outlook-2022> pada 5 Juni 2024
- Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS]. (2023). *OUTLOOK ZAKAT INDONESIA 2023*. puskasbaznas.com. diakses dari portal <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1737-outlook-zakat-indonesia-2023> pada 5 Juni 2024
- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024*. bps.go.id. dikases dari portal <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa.html> pada 5 Juni 2024
- Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion and Economic Growth across Countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760–781. <https://doi.org/10.1177/000312240306800505>
- Beik, I. S., Arsyianti, L. D., & Permatasari, N. (2024). Analysis on the determinant of millennials' zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 541–572. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0313>
- Bilo, C., & Machado, A. C. (2020). The Role of Zakat in the Provision of Social Protection: A Comparison Between Jordan and Sudan. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(3–4), 236–248. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-11-2018-0218>

- Charities Aid Foundation. (2023). *CAF World Giving Index*. [cafonline.org](https://www.cafonline.org/).
<https://www.cafonline.org/about-us/research/caf-world-giving-index>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. [pewresearch.org](https://www.pewresearch.org/).
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Fadia, N., & Rahman, M. A. (2023). Manajemen Serta Fungsi Zakat Pada Badan Amil Zakat Dan Lembaga Amil Zakat. *Ekosiana Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v10i1.255>
- Ghofar, A., Fawwaz, M., Prestianawati, S. A., & Mubarak, M. F. (2024). *Young Muslim Generation ' s Preferences for Using Digital Platforms for Zakat Payments : A Cross-Country Study of Indonesia and Malaysia*. 8(6), 1–29.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hosmer, D. ., & Lemeshow, S. (1989). *Applied Logistic Regression*. John Wiley & Sons Inc.
- Huda, N., Hulmansyah, H., & Rini, N. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(2), 247–270.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012). The Analysis of Attitudes , Subjective Norms , and Behavioral Control on Muzakki ' s Intention to Pay Zakah. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 271–279.
- Hudaefi, F. A. (2020). *How does Islamic fi ntech promote the SDGs ? Qualitative evidence from Indonesia*. <https://doi.org/10.1108/QRFM-05-2019-0058>
- Idris Abas, N., Agustian Wardana, A., & Puspawati, D. (2022). Faktor Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Area Solo Raya. *Dewita Puspawati Manager*, 5(3), 262–269. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>
- Idris, K. M., Bidin, Z., & Saad, R. A. J. (2012). Islamic Religiosity Measurement and its Relationship with Business Income Zakat Compliance Behavior. *Jurnal Pengurusan*, 34(March 2016), 3–10. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2012-34-01>
- indonesia baik. (2018). *Badan Lembaga Amil Zakat di Indonesia*. <https://indonesiabaik.id/>. <https://indonesiabaik.id/infografis/badan-lembaga-amil-zakat-di-indonesia>

- Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B., & De Li, S. (2001). Does Adolescent Religious Commitment Matter? A Reexamination of the Effects of Religiosity on Delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 38(1), 22–44. <https://doi.org/10.1177/0022427801038001002>
- Kailani, N., & Slama, M. (2020). Accelerating Islamic Charities in Indonesia: Zakat, Sedekah and the Immediacy of Social Media. *South East Asia Research*, 28(1), 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>
- Kamal, S. S. L. A., & Ghani, F. A. (2014). Emotional Intelligence and Akhlak among Muslim Adolescents in One of the Islamic Schools in Johor, South Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114(1997), 687–692. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.768>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of Digital Zakat Payments: Lessons From Indonesian Experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134>
- Moehadi, Astuti, H., Firmansah, M. B., & Wicaksono, A. B. (2023). Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan Fintech E-Wallet. *Jurnal Unrika*, 12(3), 725–738. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Mustaanah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., & Etika, C. (2023). Studi Literatur : Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi Perilaku Generasi Millenial Membayar Zakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–14. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12847](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12847)
- Owoyemi, M. Y. (2020). Zakat Management: The Crisis of Confidence in Zakat Agencies and the Legality of Giving Zakat Directly to the Poor. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 498–510. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2017-0097>
- Pitchay, A. B. A., Thaker, M. A. B. M. T., Azhar, Z., Mydin, A. A., & Thaker, H. B. M. T. (2020). Factors Persuade Individuals' Behavioral Intention to opt for Islamic Bank Services: Malaysian Depositors' Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 234–250. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0029>
- Puspawati, D., Abas, N. I., & Rina, K. (2024). *Generasi Z: Peran Attitude*. 14(03), 817–833. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i3.35224>
- Putri, I. A. (2023). Dampak Digitalisasi Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 133–140. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.100>
- Qardhawii, Y., Hasanuddin, Salman, H., & Hafidhuddin, D. (1991). *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis*

/ Yusuf Qardawi ; Diterjemahkan Dari Bahasa Arab Oleh, Salman Harun, Didin Hafidhuddin, Hasanuddin (2 ed.). Litera Antar Nusa.

- Rahim, N. A., & Amran, M. S. (2024). *Meneroka Umur Akil Baligh Remaja Daripada Perspektif Islam (Exploring the Age of Adolescence from an Islamic Perspective)*. 6(1), 482–497. <https://doi.org/10.55057/ajress.2024.6.1.44>
- Rahmad, R. (2024). Manajemen Zakat: Masa Nabi Muhammad Saw dan Sahabat Khullafaurrasyidin. *Jurnal Tahqiqqa : Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 18(1), 70–88. <https://doi.org/10.61393/tahqiqqa.v18i1.211>
- Robi, P., & Yafiz, M. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Lokasi, Religiusitas, Akuntabilitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Serdang Bedagai. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 6(001), 189–204. <https://doi.org/10.30868/ad.v6i001.4087>
- Saad, R. A. J., Farouk, A. U., & Abdul Kadir, D. (2020). Business Zakat Compliance Behavioral Intention in a Developing Country. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 511–530. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2018-0036>
- Salleh, W. N. A. W. M., Rasid, S. Z. A., & Basiruddin, R. (2019). 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), 95–103. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-CITATIONS>
- Samad, A., & Glenn, L. M. (2010). Development of Zakah and Zakah Coverage in Monotheistic Faiths. *International Journal of Social Economics*, 37(4), 302–315. <https://doi.org/10.1108/03068291011025264>
- Santika, I. G. P. N. A. (2015). Hubungan Indek Masa Tubuh (IMT) dan Umur Terhadap Daya Tahan Umum (Kardiovaskuler) Mahasiswa Putra Semester II Kelas A Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan IKIP PGRI Bali Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekresi*, 1, 42–47.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Torgler, B. (2006). The Importance of Faith: Tax Morale and Religiosity. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 61(1), 81–109. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.10.007>
- Utami, P., Suryanto, T., Nasor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance. *IQTISHADIA*, 13(2), 216–239. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i2.7809>
- Wang, J., Wang, S., Wang, Y., Li, J., & Zhao, D. (2018). Extending the Theory of Planned Behavior to Understand Consumers' Intentions to Visit Green Hotels in the Chinese Context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(8), 2810–2825. [887 | Volume 7 Nomor 2 2025](https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2017-</p></div><div data-bbox=)

0223

Yusfiarto, R. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat : A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15-27.

Zauro, N. A., Zauro, N. A., Saad, R. A. J., & Sawandi, N. (2020). Enhancing Socio-Economic Justice and Financial Inclusion in Nigeria. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(3), 555-572.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-11-2016-0134>