

**Faktor-faktor Penentu Niat Membayar Zakat Melalui Platform Digital  
pada Masyarakat Kabupaten Karanganyar**

**Maliha Azahro<sup>1</sup>, Mohamad Irsyad<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
malihazahro14@gmail.com<sup>1</sup>, m.irsyad369@gmail.com<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*The realization of zakat collection which is still much lower than the existing potential indicates that zakat management has not reached the optimal level. One of the causes is the ease of access or underutilization of technology in the payment of zakat. This study aims to test and examine how the intention to pay zakat through digital platforms is influenced by performance expectations, effort expectations, social influence, and facilitating conditions. The object of this research is Muslim people aged >23 years in Karanganyar Regency. Using purposive sampling method, 101 respondents were taken as samples. In this study, data processing was carried out using SmartPLS software. The findings of the analysis show that the intention to pay zakat using digital platform is significantly positively influenced by social influence and facilitating conditions. On the other hand, intention to pay zakat through digital platform is not significantly influenced by performance expectancy and effort expectancy. This is due to the view of respondents that the benefits and usability offered and the condition of the community is no longer familiar with technology so that performance expectations and business expectations are not the main factors that encourage people to utilize digital platforms.*

**Keywords:** *Intention to pay, zakat, digital platform*

**ABSTRAK**

Realisasi penghimpunan zakat yang masih jauh lebih rendah dari potensi yang ada mengindikasikan bahwa pengelolaan zakat belum mencapai tingkat yang optimal. Salah satu penyebabnya adalah kemudahan akses atau pemanfaatan teknologi yang kurang dalam pembayaran zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengkaji bagaimana niat untuk membayar zakat melalui platform digital dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berusia >23 tahun di Kabupaten Karanganyar. Dengan metode *purposive sampling*, diambil 101 responden sebagai sampel. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Temuan analisis menunjukkan bahwa niat untuk membayar zakat menggunakan platform digital secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Di sisi lain, niat untuk membayar zakat melalui platform digital tidak secara signifikan dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha. Hal ini disebabkan oleh pandangan responden bahwa manfaat dan kegunaan yang ditawarkan serta kondisi masyarakat sudah tidak awam lagi dengan teknologi sehingga ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha bukan menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk memanfaatkan platform digital.

**Kata kunci:** Niat membayar, zakat, platform digital

## PENDAHULUAN

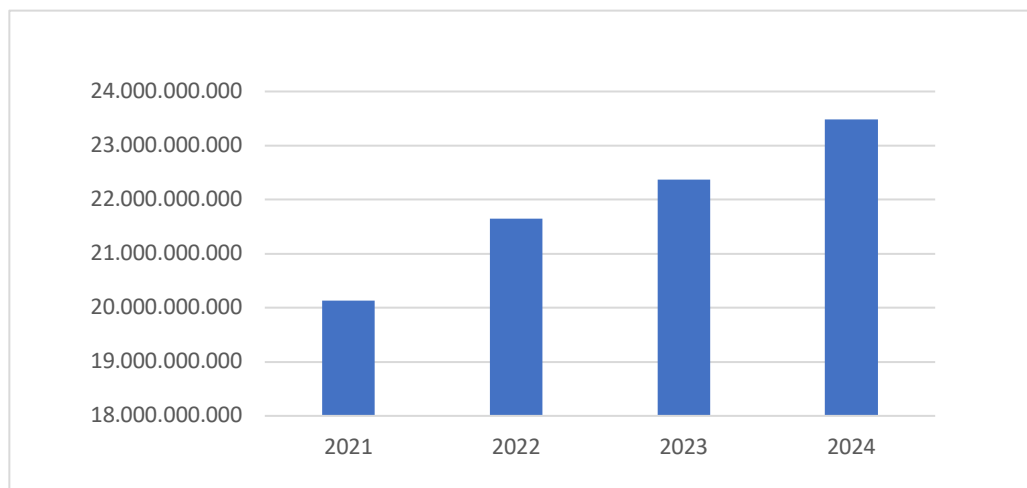
Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar kedua di dunia, Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam penghimpunan dana zakat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus mengurangi tingkat kemiskinan. Potensi zakat di Indonesia sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan memiliki potensi yang signifikan. Meningkatnya peran zakat dalam perekonomian dapat berdampak pada belanja negara. Penerimaan dari dana zakat memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara dan dapat digunakan untuk membiayai fungsi perlindungan sosial yang sesuai dengan prinsip syariah. Dana zakat dapat dialokasikan untuk mendanai berbagai kebutuhan, seperti belanja pertahanan, perlindungan sosial, keperluan agama (khususnya untuk kepentingan Islam), pendidikan yang ditujukan umat muslim, keamanan dan ketertiban. Berdasarkan jenisnya, belanja yang dapat didanai oleh dana zakat dengan ketentuan digunakan untuk kemaslahatan masyarakat muslim mencakup belanja modal, belanja bantuan sosial, belanja pegawai, dan belanja barang. Meskipun zakat tidak mampu sepenuhnya untuk menutupi belanja negara yang dapat didanai oleh zakat, namun zakat tetap sangat penting dalam perekonomian negara (Albab, 2024).

Pada tahun 2023, BAZNAS memproyeksikan potensi penerimaan dana zakat mencapai Rp 327,6 triliun. Namun ternyata, realisasi pendapatan yang diakui hanya mencapai Rp 33 triliun. Pendapatan ini hanya 10% dari potensi yang ada. Masih terdapat 90% potensi zakat belum teroptimalkan. Masalah internal, eksternal, dan sistem merupakan tiga kategori utama yang menjadi masalah dalam penghimpunan zakat di Indonesia. Salah satu dari masalah tersebut adalah masalah internal. Masalah internal merupakan masalah yang muncul dari internal Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Rendahnya efektivitas, akuntabilitas, transparansi lembaga dan sulitnya dalam pembayaran zakat, menjadi contoh masalah internal yang dihadapi oleh OPZ (Ascarya & Yumanita, 2018). OPZ mulai memanfaatkan teknologi agar pengumpulan zakat dapat menjadi lebih efisien, transparan, dan dapat diakses oleh masyarakat luas penghimpunan zakat dapat lebih optimal (Zaenal et al., 2024). Digitalisasi zakat membuat proses pengumpulan menjadi lebih mudah, cepat, efisien, transparan dan masif (Verdianti & Puja, 2023). Sebagai bentuk digitalisasi zakat, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) bekerja sama dengan berbagai platform digital untuk memberikan kemudahan dalam membayar zakat bagi para *muzaki*. Platform resmi Lembaga Amil Zakat yang melayani pembayaran zakat secara digital yaitu BAZNAS, Dompot Dhuafa, LAZISMU, LAZISNU-NU Care. Platform donasi digital seperti Kitabisa.com. Platform *e-commerce* dan *dompot digital*, antara lain GoPay, OVO, DANA, Shopee, dan Tokopedia.

Untuk meningkatkan efektivitas dan keberlangsungan sistem pembayaran zakat digital, perlu untuk memahami penilaian masyarakat dalam pemanfaatan platform digital. Penilaian masyarakat membantu dalam mengevaluasi persepsi positif atau negatif masyarakat terhadap sistem pembayaran zakat digital. Dengan memahami penilaian masyarakat dapat dihasilkan pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas penggunaan pembayaran digital dan menjadi landasan yang kuat bagi pengembangan kebijakan serta perencanaan program di masa mendatang (Ansori et al., 2024). Namun, tingkat adopsi zakat digital dapat bervariasi tergantung

pada karakteristik wilayah dan kesiapan masyarakat dalam menerima teknologi. Kabupaten Karanganyar sebagai salah satu daerah dengan mayoritas penduduk Muslim dan didukung kesiapan lembaga zakat dalam mengimplementasikan sistem pembayaran digital, Kabupaten Karanganyar memiliki peluang untuk mengoptimalkan penghimpunan zakat melalui teknologi.

Jumlah penduduk Kabupaten Karanganyar tahun 2023 menurut Badan Pusat Statistik mencapai 966.116 jiwa dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 884.173 jiwa setara dengan 91,5%. Berdasarkan data BAZNAS Kabupaten Karanganyar, jumlah ZIS yang terkumpul pada tahun 2021-2024 sangat tinggi dan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2021 terhimpun Rp 20.133.518.205 dan Rp 21.650.404.233 pada 2022. Pada tahun 2023 terkumpul Rp 22.366.748.315. Tahun 2024 terhimpun Rp 23.479.623.678. Selain itu Indeks Kesiapan Digitalisasi Zakat (IKDZ) Kabupaten Karanganyar mendapatkan peringkat A dalam kategori sangat baik (Zaenal et al., 2022). Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan untuk melakukan optimalisasi dalam pembayaran zakat digital.



**Gambar 1. Grafik Penerimaan ZIS Kabupaten Karanganyar**

Sumber: BAZNAS Kabupaten Karanganyar 2024

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang ketika membayar zakat. Menurut Sumaningrum & Fithria (2023) faktor-faktor yang memengaruhi minat membayar zakat secara tunai meliputi pengetahuan tentang zakat, akuntabilitas, kualitas pelayanan, serta tingkat religiusitas. Selain faktor-faktor tersebut, kerangka teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) juga relevan dalam menganalisis niat perilaku atau niat untuk pada konteks digital. Penelitian ini menggunakan variabel dari empat elemen utama yang terdapat dalam kerangka UTAUT meliputi, ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 4 serta menggunakan lebih banyak sampel dengan menjadikan masyarakat Kabupaten Karanganyar yang sudah maupun belum pernah melakukan pembayaran zakat digital sebagai objek penelitian. Pada penelitian Kasri & Yuniar (2021) *software* Lisrel 8.8 digunakan sebagai alat analisis dan fokus objek penelitian pada masyarakat yang

telah melakukan pembayaran zakat secara digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan platform *online* dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Namun, pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh dalam penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana niat untuk membayar zakat melalui platform digital dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor pendorong niat muzaki untuk menggunakan platform digital, sehingga dapat membantu pengembangan platform digital dan strategi yang lebih sesuai untuk meningkatkan partisipasi pembayaran zakat secara digital.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Digitalisasi Zakat**

Zakat merupakan elemen dalam agama Islam yang berfungsi untuk mendistribusikan kekayaan kelompok tertentu (*muzaki*) kepada kelompok (*mustahik*) yang disebutkan dalam Al-Quran dan didasarkan pada tata cara yang telah ditetapkan. Zakat juga dianggap dalam masyarakat Islam sebagai jenis modal sosial yang bertujuan untuk menciptakan dampak terhadap kesejahteraan sosial (Kasri & Yuniar, 2021).

Dengan berkembangnya teknologi digital, organisasi zakat juga mulai menerapkan teknologi digital dalam kinerja kegiatan upayanya. Di Indonesia semakin banyak lembaga zakat yang menggunakan teknologi digital dalam pengumpulan dan distribusi zakat, pengelolaan zakat, dan pendidikan literasi zakat. Dengan memanfaatkan teknologi dan mengubah metode pembayaran zakat digital, program pengelolaan dan penghimpunan zakat dapat dilaksanakan secara lebih baik dan masyarakat mendapatkan edukasi tentang kewajiban berzakat (Sisdianto et al., 2021). Minat untuk terlibat dalam transaksi berasal dari manfaat dan kualitas yang dirasakan dan ditawarkan produk (Harjadi & Fitriani, 2024). Retensi pengguna dapat meningkat dengan ditingkatkannya kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas dari produk atau layanan agar sesuai dengan harapan pengguna (Akbar et al., 2024). Penerapan teknologi digital diharapkan dapat membuat efektivitas dan efisiensi meningkat. Masuknya teknologi tersebut ditandai dengan diperkenalkannya program zakat digital (Kasri & Yuniar, 2021). penggunaan pembayaran digital dapat memudahkan transaksi dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan (Kartikasari et al., 2023).

### ***Unified Theory of Acceptance and Use of Technology***

Penelitian mengenai adopsi teknologi inovatif dalam konteks digital sering bergantung pada kerangka kerja teoritis yang menyoroti hal-hal yang memengaruhi penerimaan teknologi dan perilaku penggunaan. *Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dipilih menjadi landasan pada penelitian ini. Venkatesh mengembangkan model UTAUT pada tahun 2003 bersama Morris, Davis, dan Davis. Kerangka kerja UTAUT digunakan dalam penelitian ini untuk menetapkan

konsep bahwa individu mengadopsi teknologi karena adanya motivasi yang mendorong mereka untuk menuju tujuan tertentu (Abdalla et al., 2024). Model UTAUT dirancang untuk memahami dan memprediksi berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan serta pemanfaatan teknologi oleh pengguna (Menon & Shilpa, 2023). UTAUT mengintegrasikan konsep dan wawasan utama dari delapan model adopsi teknologi yang mendasar (Hsu & Silalahi, 2024; Kasri & Yuniar, 2021; Tariq et al., 2024). Para peneliti menjelaskan bahwa UTAUT dapat menjelaskan hingga 70% varians dalam niat pengguna dalam berbagai studi adopsi teknologi (Sultana et al., 2023). Menurut model ini, kemungkinan untuk mengadopsi teknologi baru dipengaruhi oleh empat faktor inti meliputi, ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi.

### **Ekspektasi Kinerja Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Ekspektasi kinerja yaitu kondisi ketika seseorang berpikir bahwa dengan penggunaan suatu sistem akan meningkatkan hasil atau efektivitas dalam menyelesaikan tugas yang mereka lakukan (Venkatesh et al., 2003). Seorang individu akan cenderung memilih inovasi yang menawarkan berbagai manfaat. Hal tersebut berlaku juga sebaliknya, seseorang cenderung tidak akan menggunakan inovasi tersebut apabila tidak menawarkan banyak manfaat (Tariq et al., 2024). Oleh karena itu, ekspektasi kinerja dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar partisipan berpendapat bahwa dengan penggunaan platform digital untuk pembayaran zakat, efisiensi mereka akan meningkat. Apabila kemudahan dirasakan oleh individu dalam melakukan pekerjaannya ketika menggunakan sistem tersebut cenderung memiliki keinginan untuk terus memanfaatkan dan menggunakannya secara berkelanjutan. Dari beberapa penelitian sebelumnya, Sultana (2023), Kasri & Yuniar (2021), serta Sulaeman & Ninglasari (2020) terdapat pengaruh positif antara ekspektasi kinerja dan niat menggunakan platform digital.

H<sub>1</sub> : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital

### **Ekspektasi Upaya Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Ekspektasi upaya yaitu persepsi serta pengalaman dari pengguna mengenai tingkat kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan teknologi atau suatu sistem (Venkatesh et al., 2003). Tahapan awal adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh ekspektasi upaya karena dapat mendorong niat pengguna. Jika pengguna merasa bahwa suatu inovasi membutuhkan sedikit upaya, mudah dioperasikan, dan ramah pengguna, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya (Tariq et al., 2024). Pada penelitian Sultana et al. (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi upaya memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *fintech*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Sulaeman & Ninglasari (2020) serta Kasri & Yuniar (2021) bahwa ekspektasi upaya berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan platform *online* dalam pembayaran zakat.

H<sub>2</sub> : Ekspektasi upaya berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital

### **Pengaruh Sosial Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Pengaruh sosial adalah pandangan seseorang terhadap ekspektasi dan sudut pandang orang-orang yang memiliki pengaruh untuknya berkenaan dengan penggunaan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Dengan kata lain adalah sejauh mana orang lain telah memengaruhinya dalam penggunaan teknologi tertentu. Mengingat manusia adalah makhluk sosial maka tidak dapat diabaikan bahwa orang-orang yang berada di sekitarnya dapat memengaruhi keputusan individu tersebut. Keluarga, teman, kolega, dan *influencer* dapat memberikan rekomendasi tentang platform digital baru dan sedang berkembang. Rekomendasi ini dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan platform digital tersebut. Semakin banyak pengaruh yang diterima calon pengguna teknologi dari lingkungan sekitarnya untuk menggunakan teknologi baru, maka semakin besar niat yang timbul untuk menggunakannya. Dari penelitian sebelumnya, pengaruh sosial dapat secara positif memengaruhi niat untuk menggunakan platform *online* dalam pembayaran zakat (Kasri & Yuniar, 2021; Sulaeman & Ninglasari, 2020).

H<sub>3</sub> : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital

### **Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Kondisi yang memfasilitasi diartikan sebagai berbagai sumber daya dan dukungan yang tersedia bagi individu yang memungkinkan mereka untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi dengan lebih mudah (Venkatesh et al., 2003). Kondisi yang memfasilitasi merujuk dukungan dan tersedianya sumber daya bagi seseorang agar teknologi dapat digunakan seperti yang telah direncanakan. Jika individu percaya bahwa suatu teknologi itu mudah dan berguna, mereka akan memiliki minat dan keinginan untuk menggunakannya. Meskipun seluruh lingkungannya mendukung penggunaan teknologi, teknologi tidak akan digunakan tanpa fasilitas yang tepat untuk mendukungnya. Dengan semakin banyaknya fasilitas yang tersedia, semakin tinggi niat individu untuk menggunakan platform *online* dalam pembayaran zakat. Penelitian dari beberapa ahli seperti, Diniyah (2021), Kasri & Yuniar (2021), serta Romadhoni & Banna (2022) menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi secara positif memengaruhi terhadap niat penggunaan platform digital dalam berzakat.

H<sub>4</sub> : Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Variabel-variabel yang dianalisis meliputi variabel bebas yakni, ekspektasi kinerja

(X1), ekspektasi upaya (X2), pengaruh sosial (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), serta variabel terikat yaitu niat perilaku (Y). Penelitian ini menargetkan populasi Muslim di Kabupaten Karanganyar, yang tercatat sebanyak 884.173 jiwa. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 101 orang yang dipilih melalui teknik *non-probability sampling* dalam proses pengambilan sampel, dengan pendekatan *purposive sampling* sebagai metode yang digunakan. Kriteria responden yang digunakan adalah berdomisili di Kabupaten Karanganyar, berusia >23 tahun, telah bekerja atau berpenghasilan, dan mengetahui pembayaran zakat digital. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dihimpun dengan pendistribusian kuesioner kepada responden.

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel**

Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Ekspektasi kinerja yaitu kondisi ketika seseorang berpikir bahwa dengan penggunaan suatu sistem akan meningkatkan hasil atau efektivitas dalam menyelesaikan tugas yang mereka lakukan (Venkatesh et al., 2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi kebermanfaatan</li> <li>• Meningkatkan efektivitas</li> <li>• Produktivitas</li> <li>• Kemudahan mendapatkan informasi</li> </ul>	(Puspitasari et al., 2019)
Ekspektasi upaya yaitu persepsi serta pengalaman dari pengguna mengenai tingkat kemudahan yang dirasakan dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi atau suatu sistem (Venkatesh et al., 2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah berinteraksi</li> <li>• Mudah dipelajari</li> <li>• Mudah digunakan</li> <li>• Mudah menjadi ahli</li> </ul>	(Puspitasari et al., 2019)
Pengaruh sosial yaitu pandangan seseorang terhadap ekspektasi dan sudut pandang orang-orang yang memiliki pengaruh untuknya berkenaan dengan penggunaan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor rekan orang berpengaruh</li> <li>• Dukungan dari orang berpengaruh</li> <li>• Bantuan dalam penggunaan</li> </ul>	(Puspitasari et al., 2019)
Kondisi yang memfasilitasi diartikan sebagai berbagai sumber daya dan dukungan yang tersedia bagi individu yang memungkinkan mereka untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi dengan lebih mudah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi yang memfasilitasi</li> <li>• Perangkat yang kompatibel</li> </ul>	(Puspitasari et al., 2019)

(Venkatesh et al., 2003)

Niat perilaku mengacu pada kecenderungan individu untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk mencapai tujuan mereka.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rencana menggunakan jangka Panjang</li> <li>• Menggunakan lebih sering</li> </ul>
--	--

(Puspitasari et al., 2019)

(Venkatesh et al., 2003)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas Konvergen

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen**

	Ekspektasi Kinerja (X1)	Ekspektasi Upaya (X2)	Pengaruh Sosial (X3)	Kondisi yang Memfasilitasi (X4)	Niat Perilaku (Y)
EK1	0,854				
EK2	0,872				
EK3	0,875				
EK4	0,862				
EK5	0,860				
EK6	0,815				
EK7	0,895				
EU1		0,874			
EU2		0,820			
EU3		0,916			
EU4		0,871			
EU5		0,879			
EU6		0,897			
PS1			0,859		
PS2			0,847		
PS3			0,889		
PS4			0,880		
PS5			0,847		
KM1				0,890	
KM2				0,879	
KM3				0,850	
NP1					0,887
NP2					0,889

NP3	0,907
NP4	0,927

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari hasil pengujian terlihat seluruh nilai *outer loading* atau *loading factor* bernilai lebih >0,6 untuk masing-masing pernyataan setiap indikator. Dengan demikian, pernyataan pada indikator yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan dinyatakan valid.

### Uji Validitas Diskriminan

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan**

	EK	EU	KM	NP	PS
EK	0,862				
EU	0,861	0,877			
KM	0,813	0,811	0,873		
NP	0,758	0,777	0,813	0,903	
PS	0,723	0,750	0,794	0,840	0,864

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari hasil pengujian validitas diskriminan menunjukkan korelasi antar variabel laten lebih kecil dari akar kuadrat AVE. Artinya, pernyataan yang digunakan pada indikator variabel tersebut memenuhi syarat validitas diskriminan.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
EK	0,942	0,945	0,953	0,743
EU	0,940	0,943	0,952	0,769
KM	0,844	0,846	0,906	0,762
NP	0,924	0,925	0,946	0,815
PS	0,915	0,917	0,937	0,747

Sumber: Data primer diolah, 2025

Seluruh variabel dari hasil pengujian di atas telah mencapai nilai 0,7 pada *cronbach's alpha* maupun reliabilitas komposit. Oleh karena itu, pengukuran dalam penelitian dinyatakan sudah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

**Uji Determinasi**

**Tabel 5. Hasil Uji Determinasi**

	R-square	R-square adjusted
Niat untuk membayar zakat melalui platform digital	0,777	0,768

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai r-square pada variabel niat perilaku sebesar 0,728. Artinya, niat berzakat menggunakan platform digital dipengaruhi oleh keempat variabel secara simultan sebesar 77,7%. Sementara 22,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Uji F-square**

**Tabel 6. Hasil Uji F-square**

	NP
EK	0,009
EU	0,020
PS	0,325
KM	0,066

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku sebesar 0,009 (tidak ada pengaruh). Pengaruh ekspektasi upaya terhadap niat perilaku 0,020 (kecil), pengaruh sosial terhadap niat perilaku 0,325 (sedang), dan pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku 0,066 (kecil)

**Uji Q<sup>2</sup>**

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,777)$$

$$Q^2 = 1 - 0,223$$

$$Q^2 = 0,777$$

Sumber: Data primer diolah, 2025

Variabel niat perilaku memiliki tingkat prediksi kuat dan relevan, berdasarkan hasil pengujian Q<sup>2</sup> yang mencapai 0,777

**Uji Goodness of Fit (GoF)**

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GoF = \sqrt{0,767 \times 0,777}$$

$$GoF = \sqrt{0,595}$$

$$GoF = 0,771$$

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil uji GoF memperoleh hasil 0.771, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kelayakan model penelitian adalah 77,1% mempunyai tingkat kelayakan yang besar.

**Uji Hipotesis**

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Ekspektasi kinerja -> niat perilaku untuk membayar zakat melalui platform digital	0,093	0,095	0,098	0,954	0,170
Ekspektasi upaya-> niat perilaku untuk membayar zakat melalui platform digital	0,145	0,142	0,102	1,424	0,077
Pengaruh sosial -> niat perilaku untuk membayar zakat melalui platform digital	0,465	0,469	0,092	5,063	0,000
Kondisi yang memfasilitasi -> niat perilaku untuk membayar zakat melalui platform digital	0,250	0,250	0,118	2,125	0,017

Sumber: Data primer diolah, 2025

Variabel ekspektasi kinerja memiliki *original sample* (O) positif sebesar 0,093, *p-value* (0,170 > 0,05) dan *t-statistic* (0,954 < 1,645). Sehingga, ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Variabel ekspektasi upaya memperoleh hasil *original sample* (0) positif sebesar 0,145, *t-statistic* (1,424 > 1,645) dan *p-value* (0,077 < 0,05). Sehingga, ekspektasi upaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Variabel pengaruh sosial memiliki *original sample* (0) yang bernilai positif sebesar 0,465 dengan *t-statistic* (5,063 > 1,645) dan *p-value* (0,000 < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Variabel kondisi yang memfasilitasi memiliki *original sample* (0) sebesar 0,250, *t-statistic* (2,125 > 1,645) dan *p-value* (0,017 < 0,05). Sehingga, kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

## **Pembahasan**

### **H1: Ekspektasi Kinerja Berpengaruh Positif Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Variabel ekspektasi kinerja berdasarkan uji signifikansi memperoleh *t-statistic* (0,954 < 1,645) dan *p-value* (0,170 > 0,05). Sehingga, H1 tidak terdukung karena ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Wijaya & Handriyantini (2020) bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hal ini dikarenakan responden merasa manfaat dan kegunaan yang diberikan bukan menjadi dorongan utama dalam menggunakan platform digital untuk meningkatkan kinerjanya. Masyarakat lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dalam mempertimbangkan penggunaan platform zakat digital. Oleh karena itu, strategi pengembangan platform digital perlu disesuaikan dengan nilai kebutuhan dan nilai-nilai lokal masyarakat. Penelitian ini berlawanan arah dengan penelitian Kasri & Yuniar (2021) dan Sulaeman & Ninglasari (2020) yang memperoleh hasil bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku membayar zakat melalui platform digital.

### **H2: Ekspektasi Upaya Berpengaruh Positif Terhadap Niat Untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Variabel ekspektasi upaya memiliki *t-statistic* (1,424 > 1,645) dan *p-value* (0,077 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H2 ditolak karena ekspektasi upaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Anugrah et al. (2024) bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat perilaku. Artinya, meskipun pengguna memiliki ekspektasi tertentu mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam penggunaan sistem, hal ini tidak memengaruhi keinginan mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut. Hal ini disebabkan karena masyarakat sudah tidak awam dengan teknologi sehingga ekspektasi usaha tidak menjadi faktor yang memengaruhi niat perilaku pengguna. Penelitian ini berlawanan dengan penelitian dari Kasri & Yuniar (2021) dan Sulaeman & Ninglasari (2020) yang menyatakan

bahwa ekspektasi upaya memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan platform *online* untuk berzakat.

### **H3: Pengaruh Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Niat untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Variabel pengaruh sosial memiliki *original sample* (O) bernilai positif yaitu 0,465 dengan *t-statistic* (5,063 > 1,645) dan *p-value* (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima karena pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Kasri & Yuniar (2021) dan Sulaeman & Ninglasari (2020) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan platform *online* untuk berzakat. Beberapa responden memilih untuk mengadopsi teknologi baru karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar mereka. Hal yang dapat mempengaruhi niat untuk seseorang antara lain karena adanya rekomendasi, dukungan, dan bantuan yang berasal dari rekan, keluarga, tokoh agama, orang yang dihormati, dan lainnya. Sosialisasi atau kampanye yang melibatkan komunitas lokal juga dapat meningkatkan kesadaran dan niat untuk beralih ke platform digital. Hasil ini menegaskan bahwa pentingnya melibatkan pihak-pihak yang memiliki pengaruh sosial dalam strategi promosi platform zakat digital.

### **H4: Kondisi yang Memfasilitasi Berpengaruh Positif Terhadap Niat Untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital**

Variabel kondisi yang memfasilitasi memiliki *original sample* (O) bernilai positif yaitu 0,250 dengan *t-statistic* (2,125 > 1,645) dan *p-value* (0,017 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H4 diterima karena kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Diniyah (2021), Kasri & Yuniar (2021) dan Romadhoni & Banna (2022) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan platform *online* untuk berzakat. Hasil ini menekankan pentingnya menyediakan fasilitas yang memadai seperti panduan penggunaan yang jelas, layanan pelanggan yang responsif, dan optimalisasi teknologi agar dapat diakses melalui berbagai perangkat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital pada masyarakat Kabupaten Karanganyar, dari empat variabel utama dalam model UTAUT hanya dua variabel yang memiliki pengaruh signifikan. Pertama, ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Kedua, ekspektasi upaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Ketiga, pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital. Keempat, kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat untuk membayar zakat melalui platform digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan empat komponen atau variabel utama dalam UTAUT. Sehingga, faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi niat untuk membayar zakat melalui platform digital belum menyeluruh. Oleh karena itu, disarankan agar dapat memperluas variabel pada penelitian selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini. Aspek ini akan memberikan lebih banyak wawasan dan pengetahuan dalam memahami hal-hal yang memengaruhi penggunaan teknologi digital dalam membayar zakat dan memperkaya literatur mengenai zakat digital.

Pengelola zakat perlu mengarahkan perhatian pada aspek-aspek yang secara signifikan memengaruhi niat untuk masyarakat Kabupaten Karanganyar dalam menggunakan platform digital. Pengelola zakat dapat memperkuat pengaruh sosial melalui kolaborasi dengan tokoh agama, pemimpin masyarakat, dan organisasi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap penggunaan teknologi dalam pembayaran zakat. Pengelola zakat penting untuk memastikan infrastruktur yang andal dan layanan pelanggan yang responsif guna memberikan kenyamanan dan rasa percaya kepada pengguna dalam memanfaatkan platform digital untuk pembayaran zakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdalla, S., Al-Maamari, W., & Al-Azki, J. (2024). Data analytics-driven innovation: UTAUT model perspectives for advancing healthcare social work. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100411. <https://doi.org/10.1016/J.JOITMC.2024.100411>
- Akbar, S. S., Puspitasari, R. H. U., Menarianti, I., & Ilham, R. M. (2024). Strategi Peningkatan Retensi Pelanggan Dalam E-Commerce. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 6(2), 169–179. <https://doi.org/10.35829/econbank.v6i2.396>
- Albab, A. U. (2024). Potensi Penerapan Integrasi Antara Pajak dan Zakat. *Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/ijurnal.com/1/index.php/jsbk>
- Ansori, A., Rokhmah, S., Salbiah, N., & Sari, E. (2024). *Sosialisasi Penggunaan Metode Pembayaran Elektronik / Digital di Kecamatan Petir Serang-Banten*. 5(2), 151–165. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v5i2.10197>
- Anugrah, Z., Suhaebah, L., Pramudita, T. R., & Yusuf, R. (2024). *Pengaruh Performance Expectancy , Effort Expectancy , Social Influence pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek di Kabupaten Garut*. 2(1), 34–42. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i1.908>
- Ascarya, & Yumanita, D. (2018). Analisis Rendahnya Pengumpulan Zakat Di Indonesia Dan Alternatif Solusinya. *Working Paper Bank Indonesia*.
- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 544–552. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>

- Harjadi, D., & Fitriani, L. K. (2024). Interest In Transacting : The Role of Lifestyle And The Effectiveness of Advertising on Instagram Social Media. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.35829/econbank.v6i1.385>
- Hsu, W. L., & Silalahi, A. D. K. (2024). Exploring the paradoxical use of ChatGPT in education: Analyzing benefits, risks, and coping strategies through integrated UTAUT and PMT theories using a hybrid approach of SEM and fsQCA. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7, 100329. <https://doi.org/10.1016/J.CAEAI.2024.100329>
- Kartikasari, D. A., Ramadhanti, W., & Kusuma, P. D. I. (2023). The Influence of Digital Payments, E-Commerce, and Financial Literacy on Revenue and the Quality of Accounting Information in SMEs. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 163–178. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.331>
- 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>
- Menon, D., & Shilpa, K. (2023). “Chatting with ChatGPT”: Analyzing the factors influencing users’ intention to Use the Open AI’s ChatGPT using the UTAUT model. *Heliyon*, 9(11), e20962. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20962>
- Puspitasari, N., Firdaus, M. B., Haris, C. A., & Setyadi, H. J. (2019). An application of the UTAUT model for analysis of adoption of integrated license service information system. *Procedia Computer Science*, 161, 57–65. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.099>
- Romadoni, M. F., & Banna, H. Al. (2022). Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2), 17–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jmes.2022.012-02>
- Sisdianto, E., Fitri, A., & Isnaini, D. (2021). Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Presfektif Ekonomi Islam (Chasles Society). *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 112–123. <https://doi.org/10.24127/jf.v4i2.644>
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020). An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia. *International Conference of Zakat*, 203–218. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020.218>
- Sultana, N., Chowdhury, R. S., & Haque, A. (2023). Gravitating towards Fintech: A study on Undergraduates using extended UTAUT model. *Heliyon*, 9(10), e20731. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20731>
- Sumaningrum, P. D., & Fithria, A. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat di BAZNAS Banjarnegara. *Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v7i1.2233>

- Tariq, M., Maryam, S. Z., & Shaheen, W. A. (2024). Cognitive factors and actual usage of Fintech innovation: Exploring the UTAUT framework for digital banking. *Heliyon*, 10(15), e35582. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35582>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Verdianti, & Puja. (2023). Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Pengumpulan Zakat Pada Baznas Kalbar. *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.24260/aktiva.v1i1.992>
- Wijaya, K., & Handriyantini, E. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pada Online Marketplace Menggunakan Model Utaut(Studi Kasus : Shopee). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi STI&K (SeNTIK)*, 4(1), 323–332.
- Zaenal, M. H., Saoqi, A. A. Y., Harmaini, H., Adhiningsih, S. M., Latifah, U., Sakinah, M., Fatihaturrahmah, Y., Sosianti, M. W., & Amanda, V. (2022). *Hasil Pengukuran Indeks Kesiapan Digitalisasi Zakat 2022*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Zaenal, M. H., Saoqi, A. A. Y., Hartono, N., Yunita, P., Ikhwan, I., Herlin, Anggraini, D., Farchatunnisa, H., Sakinah, S. M. A. M., Mufida, S. M. B. R., Adibah, N., Fatihaturrahmah, Y., Sosianti, M. W., & Nurzidta Okta Rinanda, F. S. (2024). *OUTLOOK ZAKAT INDONESIA 2024*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).