

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Zakat, Infak dan Sedekah

a. Zakat

Zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap Muslim apabila telah mencapai syarat yang ditetapkan. Harta yang dikeluarkan akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang atau bertambah, suci dan baik.²¹ Makna keberkahan yang terdapat pada zakat berarti dengan membayar zakat akan memberikan berkah kepada harta yang dimiliki. Selain itu, zakat juga bermakna kesucian ataupun keberesan yang dimaksudkan untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja atau tidak sengaja, termasuk ke dalam harta benda kita.²²

Berdasarkan firman Allah Swt dalam Q.S al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “Dan dirikanlah salat dan keluarkan zakat dan rukulah bersama orang-orang yang ruku”. [QS. Al-Baqarah/2: 43]²³

²¹ Ari Kristin Prasetyoningrum, “Pendekatan Balance Scorecard pada Lembaga Amil Zakat di Masjid Agung Jawa Tengah [The Balanced Scorecard Approach to the Amil Zakat Institution at the Great Mosque of Central Java],” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 1–36, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/784>.

²² Muhammad Nasrullah, “Peran Zakat sebagai Pendorong Multiplier Ekonomi,” *Jurnal Hukum Islam* 8, no. 1 (2016): 108–19, <https://doi.org/10.28918/jhi.v8i1.581>.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, Cet. 7. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2020)

Di samping ayat tersebut, ada juga hadis yang menunjukkan pentingnya lembaga zakat. Diantaranya hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas R.A beliau mengatakan bahwa Nabi Muhammad Saw mengirinkan Muadz ke Negri Yaman dan berkata kepadanya yang artinya:

"....terangkanlah kepada mereka bahwa Allah Swt mewajibkan kepada mereka salat lima kali sehari semalam, kalau mereka telah mentaatinya, beritahukanlah kepada mereka supaya mereka membayar zakat mereka dan diberikan kepada orang yang miskin. Jika itu telah dipatuhi oleh mereka yang paling berharga. Takutilah doa orang yang teraniaya karena sesungguhnya antara dia dengan Allah tidak ada dinding".²⁴

Dalam Islam, zakat terbagi menjadi dua macam diantaranya sebagai berikut:

- 1) Zakat fitrah, merupakan zakat yang wajib ditunaikan oleh setiap Muslim atas nama dirinya dan yang di bawah tanggung jawabnya.²⁵
- 2) Zakat mal, merupakan zakat yang dikenakan atas segala jenis harta, yang secara zat maupun substansi perolehannya tidak bertentangan dengan ketentuan agama.²⁶ Terdapat beberapa zakat mal diantaranya: 1) zakat emas, perak, dan logam mulia lainnya 2) zakat atas uang dan surat berharga lainnya 3) zakat perniagaan 4) zakat pertanian 5) zakat peternakan dan perikanan 6) zakat

²⁴ Farida Prohatini, dkk, Hukum Islam Zakat dan Wakaf Teori dan Prakteknya di Indonesia, (Jakarta: papas sinar sinanti, 2005), hlm.49.

²⁵ Arif Wibowo, "Distribusi Zakat dalam Bentuk Penyertaan Modal Bergulir sebagai Accelerator Kesetaraan Kesejahteraan," Jurnal Ilmu Manajemen 12, no. 2 (2015): 28–43, <https://doi.org/10.21831/jim.v12i2.11747>.

²⁶ Badan Amil Zakat Nasional, "Tentang Zakat, Jenis Zakat Dan Asnaf Penerima Zakat," 2021.

pertambangan 7) zakat perindustrian 8) zakat pendapatan dan jasa dan 9) zakat rikaz.²⁷

Fungsi zakat ialah sebagai ibadah muzaki, memenuhi kebutuhan mustahik dan membangun masyarakat.²⁸ Adapun beberapa peran zakat, yakni sebagai berikut:

- 1) Modal untuk pembangunan masyarakat
- 2) Keadilan sosial (*Social justice*)
- 3) Keseimbangan sosial (*Social equilibrium*)
- 4) Jaminan sosial (*Social guarantee*)
- 5) Pengaman sosial (*Social safety*)
- 6) Asuransi sosial (*Social insurance*)
- 7) Telaga (*Oase*)

b. Infak

Infak merupakan pengeluaran suka rela yang dilakukan seseorang untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam.²⁹ Dengan demikian, infak berbeda dengan zakat, infak tidak mengenal nishab atau jumlah harta yang ditentukan secara hukum. Infak tidak harus diberikan kepada mustahik tertentu, melainkan kepada siapapun misalnya orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, atau orang-

²⁷ Badan Amil Zakat Nasional.

²⁸ Muhammad Iqbal, "Hukum Zakat dalam Perspektif Hukum Nasional," *Jurnal Asy-Syukriyyah* 20, no. 1 (2019): 26–51, <https://doi.org/10.36769/asy.v20i1.43>.

²⁹ Andi M. Fadly Taher, Suprijati Sarib, dan Rosdalina Bukido, "Sistem Pengelolaan Dana Kotak Infak dan Sedekah Keliling Masjid di Pasar 45 Manado," *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* 14, no. 2 (2017): 52–68, <https://doi.org/10.30984/as.v14i2.373>.

orang yang sedang dalam perjalanan. Berdasarkan firman Allah Swt dalam Q.S al-Baqarah ayat 254:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Infaqkanlah sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepadamu sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli, persahabatan dan syafaat. Orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim”*. [QS. Al-Baqarah/2: 254]³⁰

Diriwayatkan di dalam sebuah hadis sahih bahwa Rasulullah

Saw, berkata kepada Sa’ad bin Abi Waqqash r.a, yang artinya:

*“Dan sesungguhnya kamu sekali-kali tidak berinfak dengan ikhlas hanya mengharap rida Allah kecuali kamu diberi balasan atas infak kamu itu, bahkan apa yang kamu letakkan di dalam mulut istrimu.”*³¹

Infak terbagi menjadi empat macam, diantaranya:

- 1) Infak Wajib, merupakan jenis infak yang wajib dikeluarkan seseorang, agar terhindar dari dosa.³²
- 2) Infak Sunnah, merupakan jenis infak yang bisa dilakukan dengan tujuan sedekah.³³

³⁰ Ani Nursalikah, “Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 254: Jangan Menimbun Harta,” Iqra, Republika.co.id, 2023.

³¹ Wahbah Al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir*, Penerjemah: Abdul Hayyie Al-Kattani, Dkk (Jakarta: Gema Insani, 2016).

³² Salsabila Firmansyah dan Rachman Risqy Kurniawan, “Dampak Infaq Bagi Kehidupan Sosial,” *Ulumul Qur’an: J* 6, no. 1 (2022), <https://www.republika.co.id/berita/qm3cxc366/pengertian-infak>.

³³ Firmansyah and Kurniawan.

- 3) Infak Mubah, merupakan jenis infak yang bisa dilakukan, tetapi orang-orang yang melakukannya tidak akan memperoleh pahala.³⁴
- 4) Infak Haram, merupakan jenis infak yang dilarang oleh agama Islam.³⁵

Keutamaan berinjak bagi umat Islam adalah dapat menjaga diri dari kekuatan-kekuatan yang ingin menyerang dan membuat kerusakan di muka bumi, menjadikan manusia hidup tentram dan berdampingan dalam bermasyarakat, berpaling dijalan Allah serta mencegah dari keburukan dan aniaya.³⁶ Berinjak di jalan Allah adalah manifestasi dari keimanan seseorang terhadap pencipta-Nya karena sesungguhnya apa yang dimiliki manusia adalah barang titipan semata.³⁷

c. Sedekah

Sedekah berarti memberikan suatu hal berupa materi maupun *non* materi kepada seseorang dengan tujuan semata-mata untuk mendapatkan rida Allah tanpa mendambakan balasan apa-apa dari

³⁴ Taher, Sarib, dan Bukido, "Sistem Pengelolaan Dana Kotak Infak dan Sedekah Keliling Masjid di Pasar 45 Manado."

³⁵ Sri Wasilah Nurhayati, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, ed. Ema Sri Suharsi (Jakarta: Salemba Empat, 2019).

³⁶ Taher, Sarib, dan Bukido, "Sistem Pengelolaan Dana Kotak Infak dan Sedekah Keliling Masjid Di Pasar 45 Manado."

³⁷ Desri Ari Enghariano, "Konsep Infak dalam Al-Qur'an," *Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan dan Keperdataan* 6, no. 1 (2020): 101–13, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/almaqasid/article/view/2430/pdf>.

seseorang yang diberi.³⁸ Bersedekah harus didasari niat ikhlas, harta yang disedekahkan adalah harta yang dimiliki serta harus halal dan baik.³⁹

Hukum sedekah menurut ulama fikih pada dasarnya adalah sunnah muakadah yang berarti sangat dianjurkan.⁴⁰ Al Quran dan Hadis menganjurkan untuk melakukan sedekah akan tetapi tidak sebagaimana kewajiban mengeluarkan zakat, dan salat.⁴¹ Sedekah dapat menjadikan manusia bersemangat untuk bekerja keras sehingga Allah Swt melipat gandakan rezekinya, dapat mengawali manusia untuk mencari rezeki yang halal, dapat meningkatkan kepedulian sosial, dapat membuat hidup menjadi sederhana dan dapat menimbulkan kerendahan hati.⁴²

Allah Swt. juga telah menjanjikan surga untuk para hamba-hambanya yang gemar bersedekah.⁴³ Sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S al-Baqarah ayat 271:

³⁸ Teguh Saputra et al., "Hikmah Sedekah Dalam Al-Qur'an Dan Hadis," *Gunung Djati Conference Series* 8 (2022): 347–56.

³⁹ Aden Rosadi, *Fikih, Zakat, Sedekah Dan Wakaf, Simbiosis Rekatama Media*, 2019.

⁴⁰ Saputra et al., "Hikmah Sedekah Dalam Al-Qur'an Dan Hadis."

⁴¹ Rosadi, *Fikih, Zakat, Sedekah Dan Wakaf*.

⁴² Abdul Sami, "Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus Testimoni 4 Pengusaha Muslim Di Indonesia)," *JESTT* 1, no. 3 (2014): 205–20.

⁴³ Zhila Jannati, "Keutamaan Bersedekah sebagai Upaya Meningkatkan Kesehatan Mental," *Ghaidan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam dan Kemasyarakatan* 5, no. 2 (2021): 77–87, <https://doi.org/10.19109/ghaidan.v5i2.11023>.

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ

وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: *Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik. (Akan tetapi), jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan. [QS. Al-Baqarah/2: 271]*⁴⁴

Selain ayat di atas, adapun hadis yang menjelaskan mengenai sedekah yang artinya:

*Dari Abdullah bin Umar R.A, bahwa Rasulullah Saw bersabda di atas mimbar dengan menerangkan tentang sedekah, menjaga kehormatan diri (iffah) dan meminta-minta: “Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah, tangan yang di atas ialah orang yang memberi sedekah dan tangan yang di bawah ialah orang yang meminta-minta” (H.R. Bukhari)*⁴⁵

Sedekah memiliki fungsi dari dua arah yaitu perkembangan ekonomi yang berkeadilan dan sebuah mekanisme hubungan perekonomian. Secara rinci dijelaskan bahwa tujuan sedekah adalah meningkatkan ekonomi kaum duafa/fakir miskin. Dalam jangka pendek, sedekah mampu memenuhi keberlangsungan kehidupan kaum duafa. Secara jangka panjang sedekah berfungsi untuk memberikan keberlangsungan kehidupan berupa konsumtif, memberikan peluang

⁴⁴ Tim TvOne, “Bacaan Al-Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 271-275 Lengkap Tulisan Arab, Latin Dan Artinya,” tvOnenews.com, 2023.

⁴⁵ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Ensiklopedia Hadits; Shahih Al-Bukhari*, Terj. Masyhar Dan Muhammad Suhadi (Jakarta: Almahira, 2011).

kerja melalui sedekah modal/peralatan kerja serta solusi menanggulangi kekurangan pemerintah.⁴⁶

Adapun bentuk-bentuk sedekah berdasarkan hadis-hadis Nabi Saw diantaranya: memberikan sesuatu dalam bentuk materi kepada orang miskin, bekerja dengan dua tangannya hingga memberi manfaat untuk dirinya, membantu orang yang membutuhkan pertolongan, melakukan perbuatan baik, dan menahan diri dari diri dari keburukan.⁴⁷

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dikenalkan oleh Davis pada tahun 1989. *TAM (Technology Acceptance Model)* adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi informasi berdasarkan teori perilaku. TAM melibatkan dua aspek persepsi dalam mempertimbangkan pengaruh suatu informasi baru, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kebermanfaatan/ kegunaan (*Perceived Usefulness*).⁴⁸

Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan variasi yang cukup

⁴⁶ Mahmudah Mulia Muhammad, "Sedekah sebagai Metode Membumikan Ekonomi Syariah di Masyarakat," *El-Iqtishady* 3 (2021): 1–8.

⁴⁷ Monzer Kahf, *Ayat Dan Hadits Tentang Ekonomi* (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), 2022).

⁴⁸ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, <https://doi.org/10.2307/249008>.

luas dan populasi perakai. Idealnya suatu model merupakan prediksi disertai dengan penjelasan, sehingga peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi mengapa sistem tertentu mungkin tidak dapat diterima, sehingga diperlukan mengambil langkah perbaikan untuk mengatasinya. Suatu kunci tujuan TAM adalah untuk menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal pada kepercayaan internal, sikap, dan niat.⁴⁹

Perceived Usefulness (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) yang merupakan keterkaitan utama untuk perilaku penerimaan teknologi. PEOU mengacu pada tingkatan sejauh mana individu percaya bahwa teknologi yang akan diadopsi mudah untuk digunakan (*less effort*). PU dan PEOU dipengaruhi oleh variabel-variabel eksternal seperti dorongan atau tekanan pihak lain, perubahan lingkungan serta *trend* di tengah pengguna teknologi.⁵⁰

3. Kepercayaan (*Trust*) terhadap Lembaga Zakat

Kepercayaan adalah keyakinan jika tindakan orang lain sejalan dengan keyakinan mereka. Kepercayaan berasal karena sebuah proses yang secara pelan berubah menjadi sebuah kepercayaan. Artinya, kepercayaan merupakan keyakinan seseorang bahwa segala sesuatu

⁴⁹ Khairani Ratnasari Siregar, “Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi Dan Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM),” *Rekayasa* 4, no. 1 (2011): 27–32.

⁵⁰ Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.”

memiliki sifat tertentu.⁵¹ Kepercayaan dapat dibangun melalui proses mengenal satu sama lain, salah satu cara membangun kepercayaan publik adalah dengan mendengarkan ulasan dan saran agar nantinya bisa mengoreksi sikap yang tidak menyenangkan.⁵²

Dalam sistem pengelolaan zakat, kepercayaan muzaki merupakan aspek yang vital bagi lembaga pengelola zakat. Perilaku muzaki dalam membayar zakat sangat bergantung kepada kepercayaan mereka kepada lembaga zakat. Tidak ada kepercayaan merupakan salah satu penghalang bagi muzaki untuk membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat. Akibatnya sebagian mereka memilih memberikan zakatnya secara langsung kepada mustahik. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku kepatuhan membayar zakat sangat penting bagi lembaga pengelola zakat dalam rangka optimalisasi penghimpunan dana zakat.⁵³

Kepercayaan merupakan bentuk penilaian atas kredibilitas pihak yang diberi amanah atas kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan tanggungjawabnya. Kepercayaan muzaki kepada lembaga zakat merupakan penilaian muzaki atas kemampuan lembaga pengelola zakat dalam menjalankan tanggung jawabnya. Kredibilitas berhubungan dengan

⁵¹ Muhammad Haris Riyaldi and Mahda Yusra, "Mengukur Tingkat Kepercayaan Muzakki Kepada Baitul Mal Aceh," *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 1 (2020): 78, <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v6i1.14072>.

⁵² Kevin Putra Mahendra and Ratih Indriyani, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Agora* 7, no. 1 (2018): 6.

⁵³ M.O.A. Mustafa, M.H.S. Mohamad, and M.A Adnan, "Antecedents of Zakat Payers Trust in an Emerging Zakat Sector: An Exploratory Study," *Journal of Islamic Accounting and Business Reserch* 33, no. 4 (1AD): 1141–58.

penilaian muzaki bahwa penyedia jasa (lembaga zakat) dapat dipercaya. Adapun kompetensi menunjukkan keterampilan dan pengetahuan amil zakat untuk melakukan pelayanan yang diharapkan oleh muzaki. Sedangkan sikap moral yaitu sikap para amil di lembaga zakat terhadap muzaki.⁵⁴

4. Literasi Zakat (*Zakat Literacy*)

Literasi dapat didefinisikan sebagai keterampilan atau potensi seseorang pada kemampuan kognitif yaitu membaca dan menulis, memahami dan mengolah informasi yang diterima.⁵⁵ Konsep literasi juga dapat diartikan sebagai pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang terhadap sesuatu yang kemudian dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku atau keputusan seseorang terhadap suatu hal yang bersangkutan.⁵⁶ Berkenaan dengan zakat, maka dapat dipahami bahwa literasi zakat adalah pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang terhadap zakat untuk meningkatkan kesadarannya dalam menunaikan kewajiban membayar zakat.⁵⁷

Literasi zakat yang baik untuk seorang muzaki akan berdampak pada kepatuhannya dalam mengeluarkan hartanya untuk berzakat. Cara

⁵⁴ Mustafa, Mohamad, and Adnan.

⁵⁵ Ismi Nurul Qomaria dan Titik Puspita Sari, "Pemberdayaan Rumah Baca 'Pelangi' sebagai Sarana Meningkatkan Literasi Membaca Anak di Desa Palaan," *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 3 (2022): 305–11, <https://doi.org/10.31949/jb.v3i3.2646>.

⁵⁶ Andri Soemitra and Juliana Nasution, "The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations," *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 2021, 323–33.

⁵⁷ BAZNAS, *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep*.

pandang ekonomi dan sosial agaknya dapat ditambahkan dalam melihat kewajiban zakat, jika selama sebagian masyarakat memandang zakat sebagai iman yang terlepas kaitannya dengan persoalan sosial dan ekonomi. Maka saat ini zakat harus dipandang sebagai sumber kekuatan ekonomi yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial umat Islam.⁵⁸

5. *Digital Fundraising*

Fundraising dalam bahasa Inggris disebut penghimpunan atau penggalangan dana dan orang yang mengumpulkan dana disebut *fundraiser*.⁵⁹ Sedangkan penggalangan memiliki makna proses, cara perbuatan mengumpulkan, penghimpunan dan pengarahan.⁶⁰ Penghimpunan dana (*fundraising*) merupakan kegiatan penggalangan dana, baik dari individu, organisasi, maupun badan hukum.⁶¹

Digital merupakan sebuah konsep yang muncul dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di masa lalu.⁶² Ini melibatkan transformasi segalanya mulai dari manual, otomatis, hingga ringkas. Kemajuan teknologi dan pertumbuhan media, khususnya media sosial, telah

⁵⁸ BAZNAS.

⁵⁹ Idzni Hasfizetty dan Muhammad Yafiz, “Analisis Fundraising Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Langkat” 5 (2021): 8268–74.

⁶⁰ Fawziyah Tansyah Siregar, “Efektivitas Foudrising bagi Pemberdayaan Pendidikan,” *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Keguruan* 1, no. 2 (2022): 111, <https://journal.yaspim.org/index.php/LITERASIA/article/view/173>.

⁶¹ Siregar.

⁶² Abdus Salam Dz, “Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking : Optimalisasi Dan Tantangan” 10, no. 1 (2018).

mengubah cara organisasi nirlaba mengumpulkan uang dan berinteraksi dengan masyarakat dan donor. Kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media digital tersebut dikenal dengan istilah *digital fundraising*.⁶³

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, media digital terus mengalami pembaharuan. Hal ini juga berlaku pada media digital yang digunakan oleh lembaga nirlaba dalam rangka mensosialisasikan kegiatan *fundraising*. Proses transformasi yang dilakukan lembaga nirlaba dalam mensosialisasikan programnya dan mengajak masyarakat untuk berzakat dan berdonasi, harus dilakukan dengan memanfaatkan beragam kanal yang tersedia. Beberapa kalangan masyarakat memanfaatkan beragam kanal media untuk melakukan sosialisasi. Hal tersebut juga dilakukan oleh hampir seluruh instansi dan lembaga dalam hal sosialisasi dan penghimpunan dana.

6. Membayar Zakat, Infak dan Sedekah melalui *Digital Fundraising*

Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia perzakatan juga mengalami perkembangan. Teknologi digital telah digunakan dalam proses penghimpunan dan penyaluran zakat, infak dan sedekah, pengelolaan ZIS serta sebagai sarana edukasi ZIS. Berdasarkan Outlook Zakat Indonesia 2019, Dalam bidang penghimpunan, secara umum

⁶³ Syahrulloh Nawaf and Risti Lia Sari, "Faktor Preferensi Dan Minat Masyarakat Terhadap Transformasi Digital Pengelolaan Zakat Dalam Membayar Zakat Melalui Digital Fundraising," *JASIE - Journal of Aswaja and Islamic Economics* 02, no. 01 (2023): 70–80.

terdapat tiga *platform* yang tersedia untuk menghimpun dana zakat, antara lain:⁶⁴

a. *Internal Platform*

Internal platform merupakan *platform* yang dikembangkan OPZ sendiri dalam bentuk *website* atau aplikasi. Misalnya, BAZNAS menyediakan laman pembayaran zakat pada situs webnya yaitu (baznas.go.id/zakatsekarang) serta aplikasi *Muzaki Corner*.

b. *External Platform*

External platform merupakan *platform* yang disediakan mitra Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk menghimpun dana ZIS. Berbagai institusi zakat telah menggunakan beragam kanal pembayaran zakat berbasis teknologi, seperti melalui *e-commerce*, *online crowdfunding*, mesin pembayaran digital, juga *QR code*.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang memudahkan transaksi di antaranya melalui *e-commerce*, berbagai institusi zakat bekerja sama dengan *platform e-commerce* untuk memberikan kesempatan bagi para muzaki dalam melakukan pembayaran zakat melalui kanal tersebut. Dengan demikian, Adanya kanal pembayaran zakat melalui *e-commerce* ini menjadikan pembayaran zakat semudah melakukan kegiatan sehari-hari. Di samping melalui *e-commerce*, pembayaran zakat, juga dapat dilakukan melalui *crowdfunding platform* seperti Kitabisa.com.

⁶⁴ Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2019* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas Baznas), 2019).

c. *Social Media Platform*

Social media platform, merupakan *platform* penghimpunan ZIS melalui media sosial. Indonesia merupakan salah satu media sosial yang telah bekerja sama dengan BAZNAS. Dalam pengelolaan zakat, teknologi *blockchain* mulai digunakan untuk meningkatkan transparansi lembaga pengelola zakat dan juga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan para muzaki dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga zakat. BAZNAS telah menggunakan teknologi ini dengan bekerja sama dengan Desto dalam aplikasi iZakat.

7. BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya

BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu pengelola dana ZIS di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki eksistensi yang baik dan terletak strategis di tengah wilayah yang membuatnya mudah dijangkau. BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga memanfaatkan sistem digitalisasi dalam mengoptimalkan dan mengefektivaskan pengumpulan dana ZIS yang ada di Kabupaten Tasikmalaya dengan membuat berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Gmail* yang kini sangat populer digunakan oleh masyarakat dalam rangka mensosialisasikan berbagai program kerja yang ada di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya serta *website* atau situs yang dapat diakses oleh masyarakat terkait transparansi BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya dalam pengelolaan dana ZIS.⁶⁵

⁶⁵ Badan Amil Zakat Nasional, "Baznas Kab Tasikmalaya."

BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga menyediakan pembayaran ZIS melalui Kita Bisa, Sapa Agnia/*Whatsapp Sender*, *QRIS* dan *Transfer* dari berbagai bank. Akan tetapi, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan digital *fundraising* yaitu pembayaran ZIS yang melalui donasi, misalnya karena adanya promosi atau iklan melalui Kita Bisa, Sapa Agnia/*Whatsapp Sender* seperti *Broadcast* dan *QRIS*, sehingga masyarakat tertarik untuk membayar ZIS. Sedangkan pembayaran ZIS yang melalui rekening seperti ASN, itu sudah sistem *payroll* (kewajiban dipotong) sehingga hal tersebut termasuk ke dalam *fundraising non digital*.

BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga melakukan kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah kabupaten dan pendidikan dalam hal pembayaran ZIS, dimana gaji para pegawai akan langsung terpotong sebanyak 2,5% dari gaji perbulannya dan ini dilakukan langsung pada tabungan pegawai di bank baik konvensional maupun syariah. Bagi pegawai yang telah memenuhi nisab zakat maka akan masuk dalam pembayaran zakat dan untuk pegawai yang belum memenuhi nisab akan dimasukkan dalam pembayaran infak dan sedekah.⁶⁶

Penggunaan digital pada dasarnya dapat mempermudah dan mempercepat segala aktivitas manusia, apalagi pada saat pandemi lalu dimana segala aktivitas luar memiliki batas. Untuk itu dengan adanya sistem digital ini BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya memanfaatkan dalam hal pengumpulan dana ZIS baik itu dalam hal sosialisasi maupun

⁶⁶ Wawancara dengan Dian, Kepala Divisi Penghimpunan, pada tanggal 18 September 2023 di Kantor BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya..

pembayaran. Sehingga pengumpulan dana ZIS dapat berjalan dengan optimal dan efektif dan meningkatkan pengumpulan dana ZIS.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dapat ditelaah dan didukung terhadap penelitian ini, diantaranya: penelitian yang dilakukan di Kota Bandung yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, literasi zakat, dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat menggunakan QRIS.⁶⁷ Akan tetapi, dalam penelitian berikutnya menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital Kitabisa.com.⁶⁸

Penelitian selanjutnya yaitu di Kabupaten Cirebon, yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat melalui *fintech*, variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat melalui *fintech*, dan variabel *digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat melalui *fintech*.⁶⁹ Adapun penelitian yang menunjukkan bahwa variabel literasi zakat tidak mempengaruhi niat

⁶⁷ Sugih Handana Yusuf dan Vita Sarasi, “Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Kegunaan , Literasi Zakat , dan Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat Menggunakan Qris (Studi Kasus Pekerja Muslim Kota Bandung),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami* XIII, no. 2 (2023): 37–50.

⁶⁸ Windi Astuti dan Budi Prijanto, “Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior,” *Al-Muzara’Ah* 9, no. 1 (2021): 21–44, <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>.

⁶⁹ Moh Mabruhi Faozi Lailatis Syarifah, Achmad Otong Bushtomi, “Digital Literacy terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat melalui Fintech,” *Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon* 1 (n.d.): 4.

masyarakat membayar zakat kepada lembaga amil zakat. Sedangkan variabel kepercayaan dan kemudahan pembayaran berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di lembaga amil zakat.⁷⁰

Selain itu, penelitian yang dilakukan di BAZNAS D.I. Yogyakarta menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap penggunaan dan intensi menggunakan, serta variabel sikap penggunaan juga berpengaruh signifikan terhadap intensi menggunakan.⁷¹ Kemudian penelitian selanjutnya membuktikan bahwa persepsi kegunaan, keamanan dan privasi, serta kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan zakat *online*.⁷² Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan di Jawa Barat bahwa muzaki dalam menerima dan menggunakan layanan teknologi keuangan untuk membayar ZIS secara *non* tunai dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap, dan intensi.⁷³

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa penggunaan TAM tidak selalu menunjukkan hasil yang sama, hal ini bergantung pada subjek dan objek penelitian. Peneliti juga menemukan

⁷⁰ Soemitra and Nasution, "The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations."

⁷¹ Meri Sriwahyuni, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Platform Digital Untuk Pembayaran Zakat Oleh Muzaki Baznas D. I. Yogyakarta" (2022).

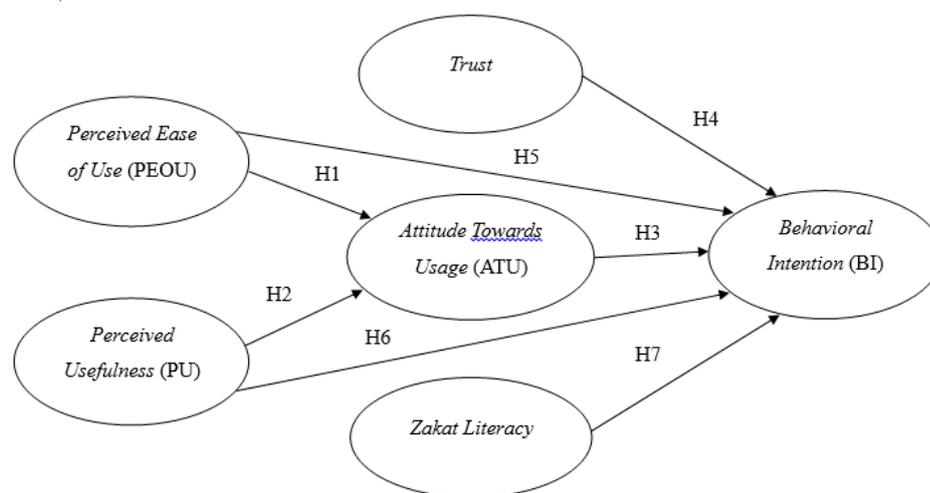
⁷² Achsanía Hendratmi, "Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* Vol.6 (2019): 20.

⁷³ Heni Sukmawati, Iwan Wisandani, and Mega Rachma Kurniaputri, "Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9, no. 4 (2022): 439–52, <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452>.

bahwa belum ada penelitian yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat membayar ZIS secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Oleh Karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan mengambil judul “Determinan Intensi Masyarakat Membayar Zakat, Infak dan Sedekah secara Digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya”.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka konseptual yang dikembangkan dalam model ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis (2023)

D. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. *Perceived Ease of Use (PEOU) dan Pengaruhnya terhadap Attitude Towards Usage*

TAM menyatakan bahwa variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)* merupakan faktor penentu penting dari variabel *Attitude Towards Usage*.⁷⁴ Konsep ini menggambarkan kemudahan sistem bagi penggunanya yang berkaitan dengan fleksibel, jelas dan dapat dipahami serta mudah digunakan secara keseluruhan, sehingga persepsi masyarakat atas kemudahan akan berdampak positif terhadap sikap masyarakat membayar ZIS secara digital. Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (sikap terhadap penggunaan).⁷⁵ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

⁷⁴ Rena Eka Setyawati, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gopay Dikota Yogyakarta)," *Jurnal Ekobis Dewantara* 3, no. February (2020): 1–9.

⁷⁵ Sukmawati, Wisandani, and Kurniawati, "Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model."

H₁: *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

2. *Perceived Usefulness* (PU) dan Pengaruhnya terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU)

Perceived Usefulness (PU) dapat memengaruhi sikap seseorang dalam menerima suatu teknologi baru karena adanya peningkatan kinerja yang dihasilkan setelah penggunaan teknologi tersebut.⁷⁶ Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, efektivitas, dan kebermanfaatan secara keseluruhan, sehingga persepsi masyarakat atas kegunaan akan berdampak positif terhadap sikap masyarakat dalam membayar ZIS secara digital. Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan.⁷⁷ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

H₂: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

⁷⁶ Setyawati, "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention To Use* dengan *Attitude Towards Using* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gopay Dikota Yogyakarta)."

⁷⁷ Astuti dan Prijanto, "Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat melalui Kitabisa.com: Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*."

3. *Attitude Towards Usage (ATU) dan Pengaruhnya terhadap Behavioral Intention (BI)*

Semakin besar *Attitude Towards Usage (ATU)*, maka semakin besar pula *Behavioral Intention*.⁷⁸ Jika pengguna semakin merasakan manfaat dari suatu sistem informasi maka sikapnya akan menunjukkan sikap penerimaan.⁷⁹ Salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku seseorang atau individual untuk tetap menggunakan teknologi informasi adalah faktor sikap, dimana sikap seseorang terdiri atas unsur perilaku (*behavioral*) dan cara pandang (*cognitive*). Jika cara pandang pengguna teknologi informasi menunjukkan arah positif maka kemungkinan besar perilaku mereka akan mengarah pada arah yang positif juga, berarti mereka akan tetap menggunakan teknologi sistem informasi secara terus menerus.⁸⁰

Aspek *behavior* dalam penerapan sistem informasi menjadi aspek yang sangat penting karena interaksi antara pengguna dengan perangkat

⁷⁸ Anggit Esti Irawati and Ehrmann Suhartono, "Analisis Technology Acceptance Model Aplikasi Linkaja," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 3 (2020): 164, <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i3.2861>.

⁷⁹ Asep Irawan dan Ahmaddul Hadi, "Analisis Penerapan Aplikasi KAI Mobile Presensi Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) di PT KAI (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat," *International Journal of Natural Science and Engineering* 5, no. 1 (2021): 14–24, <https://doi.org/10.23887/ijnse.v5i1.31624>.

⁸⁰ Alfred Trenggono Surahmat, "Evaluasi Penggunaan Aplikasi Office Berbasis Open Source TAM," *Jurnal SISFOKOM* 7, no. 2 (2018): 98–103.

sistem informasi sangat dipengaruhi oleh persepsi, sikap dan afeksi sebagai aspek keprilakuan yang melekat pada diri manusia sebagai *user*, sehingga sistem yang dikembangkan oleh suatu perusahaan haruslah berorientasi kepada penggunanya.⁸¹ Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan.⁸² Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

H₃: *Attitude Towards Usage* (ATU) berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

4. Trust dan Pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention* (BI)

Trust atau kepercayaan merupakan penilaian atas kredibilitas pihak yang akan dipercaya atas kemampuan pihak yang dipercaya dalam menyelesaikan kewajiban-kewajibannya.⁸³ *Trust* dalam membayar zakat, infak, dan sedekah sangat diperlukan dan sangat berpengaruh, di samping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat maupun muzakki

⁸¹ Niswah Muliati, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using dan Behavior Intention To Use terhadap Actual System Use dalam Implementasi Teknologi Enterprise Resource Planning (ERP) System (Studi Pada End User ERP System di PT Semen Gresik)," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 2, no. 2 (2019): 31–46, <https://doi.org/10.15642/manova.v2i2.191>.

⁸² Sriwahyuni, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Platform Digital Untuk Pembayaran Zakat Oleh Muzaki Baznas D. I. Yogyakarta."

⁸³ Hildawati Hildawati, Antong Antong, dan Abid Ramadhan, "Pengaruh Pemahaman, Trust, dan Transparansi Lembaga Zakat terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu," *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 21, no. 02 (2021): 367–78, <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1340>.

terhadap lembaga zakat, dana zakat, infak, dan sedekah yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan.⁸⁴ Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat melalui *fintech*.⁸⁵ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

H₄: *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

5. *Perceived Ease of Use (PEOU)* dan Pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention (BI)*

Apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya kembali.⁸⁶ Semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka minat pengguna akan semakin besar untuk menggunakan teknologi tersebut apabila kontribusi teknologi yang diberikan juga semakin besar.⁸⁷ Jika individu memiliki keyakinan bahwa

⁸⁴ Bayu Putra and Deviani Deviani, “Pengaruh Kompetensi Amil Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada LAZISMU Payakumbuh,” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 5, no. 2 (2023): 707–17, <https://doi.org/10.24036/jea.v5i2.725>.

⁸⁵ Lailatis Syarifah, Achmad Otong Bushtomi, “Digital Literacy terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat melalui Fintech.”

⁸⁶ Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardhani, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay di Surabaya,” *Sains Manajemen* 7, no. 2 (2021): 97–108, <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>.

⁸⁷ Luh Putu Eka Ulansari and I Gede Agus Pertama Yudiantara, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat

media informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya jika individu memiliki keyakinan bahwa media informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.⁸⁸

Persepsi kemudahan ini memberikan kepercayaan kepada pengguna akan mudahnya menggunakan teknologi dalam pengoperasiannya. Pengguna juga mempercayai bahwa penggunaan teknologi ini dapat menghemat tenaga dan waktu.⁸⁹ *Perceived Ease of Use* (PEOU) dapat menjadi sebuah tolak ukur bahwa seseorang percaya dan merasa suatu teknologi dapat dimengerti dan mudah dalam digunakan.⁹⁰ Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat menggunakan QRIS.⁹¹ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment),” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 11, no. 2 (2021): 312–21.

⁸⁸ Oryz Agnu Wulandari, Pradiva Fauzan Aufa, dan Galang Abdul Aziz, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengguna Ovo,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2020): 1–9.

⁸⁹ Siti Mariam et al., “Analisis Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Daya Tarik Penggunaan Gopay,” *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 16, no. 1 (2021): 21–32.

⁹⁰ I Gusti Agung Ayu Permata Saraswati dan I Ketut Rahyuda, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Repurchase Intention,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 02 (2021): 61, <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i02.p02>.

⁹¹ Yusuf dan Sarasi, “Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Kegunaan , Literasi Zakat , dan Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat Menggunakan Qris (Studi Kasus Pekerja Muslim Kota Bandung).”

H₅: *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

6. *Perceived Usefulness* (PU) dan Pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention* (BI)

Semakin tinggi *Perceived Usefulness*/persepsi manfaat yang diberikan maka semakin tinggi minat seseorang.⁹² Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya.⁹³

Perceived Usefulness/persepsi kegunaan penggunaan teknologi informasi didapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan dampak positif dalam pekerjaannya.⁹⁴

⁹² Brahanta dan Wardhani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay di Surabaya."

⁹³ Meyrilliana Purba, Samsir, dan Kasman Arifin, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau," *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* XII, no.1(2020): 151–70, <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>.

⁹⁴ Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik," *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 1–7.

Semakin meningkat *Perceived Usefulness* (PU)/persepsi kegunaan maka semakin meningkat pula minat.⁹⁵ Suatu sistem jika semakin mudah untuk digunakan, maka akan semakin besar niat terhadap penggunaan, dan semakin besar kemungkinan sistem tersebut digunakan.⁹⁶ Dengan meningkatnya penggunaan teknologi maka terdapat manfaat yang dirasakan oleh pengguna mampu meningkatkan minat untuk menggunakan.⁹⁷ Sebagaimana dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*.⁹⁸ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

H₆: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

7. Zakat Literacy dan Pengaruhnya terhadap Behavioral Intention (BI)

Literasi zakat dapat disebut sebagai pengetahuan yang berkaitan dengan konsep dan praktik zakat.⁹⁹ Konsep penggunaan variabel ini mirip

⁹⁵ Hendra Prasetya dan Scenda Erka Putra, “Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-Money di Surabaya,” *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 02 (2020): 151–58, <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB%0ATerakreditasi>.

⁹⁶ Irawati and Suhartono, “Analisis Technology Acceptance Model Aplikasi Linkaja.”

⁹⁷ Setyawati, “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention To Use* dengan *Attitude Towards Using* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Di kota Yogyakarta).”

⁹⁸ Hendratmi, “Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia.”

⁹⁹ Amil & Nasional, “Rencana Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2020-2025,” *Renstra-BAZNAS-2020-2025*, 2020.

dengan variabel literasi zakat yang digunakan dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi zakat dapat berpengaruh positif atas minat membayar zakat melalui penggunaan teknologi.¹⁰⁰ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

H₇: *Zakat literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membyar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

¹⁰⁰ Soemitra and Nasution, "The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations."