



Pengaruh Ease Of Use, Trust, dan Literasi Digital, terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat Secara Online

(Studi Masyarakat di Bandar Lampung)

Berliana Revita Sari¹, Ersi Sisdiyanto², Nurhayati³

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: berlianarevitasari@gmail.com ersisisdiyanto@radenintan.ac.id
nurhayati@radenintan.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 07 Maret 2026

ABSTRACT

This research is motivated by the primary challenge facing developing countries, including Indonesia, which is economic issues. These economic problems often negatively impact social life, such as the rise of poverty and unemployment, which can lead to criminal activity. In Islamic teachings, poverty eradication is institutionalized in one of its pillars, namely paying zakat. The research question is whether ease of use, trust, and digital literacy influence public interest in paying zakat online (a study of the community in Bandar Lampung). The research method used is quantitative, with primary data in the form of questionnaires. The population in this study was people who pay zakat online in Bandar Lampung. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 96 respondents. The results of this study indicate that the ease of use variable (X1) has a positive and significant effect on public interest (Y), trust (X2) has a positive and significant effect on public interest (Y), Digital Literacy (X3) has a positive and significant effect on public interest (Y). So it can be concluded that the three independent variables have a significant effect on public interest in paying zakat online.

Keywords : Ease of Use, Trust, Digital Literacy, Public Interest in Paying Zakat Online.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan utama yang dihadapi oleh negara-negara berkembang termasuk Indonesia adalah masalah ekonomi. Permasalahan ekonomi ini seringkali berdampak negatif pada kehidupan sosial masyarakat seperti munculnya kemiskinan dan pengangguran yang dapat menimbulkan tindakan kriminal. Dalam ajaran Islam pemberantasan kemiskinan sudah dilembagakan dalam salah satu rukunnya, yaitu menunaikan zakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ease of use, trust, dan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online (studi masyarakat di Bandar Lampung). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat secara online di kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 96 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ease of use (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y), trust (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y), Literasi Digital (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y) Maka dapat disimpulkan

bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Kata Kunci: *Ease Of Use, Trust, Literasi Digital, Minat Masyarakat Membayar Zakat Secara Online*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan mayoritas penduduk yang menganut agama islam (Ayuningtias et al., 2024). Namun salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh negara-negara berkembang termasuk indonesia adalah masalah ekonomi. Permasalahan ekonomi ini seringkali berdampak negatif pada kehidupan sosial masyarakat seperti munculnya kemiskinan dan pengangguran yang dapat menimbulkan tindakan kriminal. Dalam ajaran islam pemberantasan kemiskinan sudah dilembagakan dalam salah satu rukunnya, yaitu menunaikan zakat. Pembayaran zakat sebagai sarana untuk mempersempit jurang perbedaan pendapatan dalam masyarakat, sehingga tidak terjadi kesenjangan sosial yang dapat berpotensi konflik dan mengganggu keharmonisan dalam masyarakat (Aziz et al., 2023).

Membayar zakat merupakan salah satu kewajiban seorang muslim. Tidak hanya sebagai bantuan ekonomi bagi mereka yang membutuhkan, tetapi juga sebagai alat untuk menjaga keseimbangan ekonomi suatu negara. Zakat memberikan dampak lebih lanjut pada aspek kehidupan, seperti meningkatkan penghasilan, kualitas hidup masyarakat, konsumsi masyarakat, dan menjaga kestabilan sosial. Salah satu syariat dan merupakan rukun dalam agama Islam zakat merupakan pondasi agama Islam, selain merupakan kewajiban mutlak bagi seorang muslim, disadari secara penuh juga zakat merupakan instrumen kunci dalam menumbuhkan dan meningkatkan ekonomi umat, dengan peran besarnya yang mampu menjadi alat distribusi untuk kesejahteraan umat.

Dengan adanya zakat menjadi salah satu instrumen ekonomi yang dapat mensejahterahkan rakyat serta tidak menutup kemungkinan dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan kesenjangan sosial yang ada di indonesia. Hal tersebut dapat tercapai apabila masyarakat memiliki kesadaran untuk membayar zakat. Instrumen penting dalam meningkatkan kesejahteraan umat dalam ekonomi syariah adalah adanya optimalisasi pengumpulan dan penyaluran zakat. Dengan adanya Undang-Undang pengelolaan Zakat, BAZNAS dituntut untuk lebih optimal dalam melakukan tugas dan fungsinya. Sejauh ini BAZNAS atau Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) selaku organisasi manajemen zakat terus mencoba memberikan layanan dan berbagai program dalam upaya memudahkan pengumpulan dana zakat. Hal ini dikarenakan zakat adalah sumber dana yang tidak pernah habis dan kering. Dengan kata lain selama umat Islam memiliki kesadaran untuk berzakat dan selama dana zakat tersebut mampu dikelola dengan baik, maka dana zakat akan selalu ada serta bermanfaat untuk kepentingan dan kesejahteraan rakyat.

Berdasarkan data laporan Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) RI mengungkapkan realisasi pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah di Indonesia mencapai Rp 1 triliun (tidak termasuk dana titipan) pada triwulan ketiga tahun 2024 naik dari tahun sebelumnya yang mencapai Rp 882 miliar.

Diketahui bahwa pengumpulan dana ZIS-DSKL nasional pada Semester I tahun 2024 mencapai Rp 26.136 triliun atau mengalami peningkatan yang signifikan sebesar

68.28% dibandingkan dengan Semester I tahun 2023 yaitu Rp 15.531 triliun. Jika dilihat dari tahun ketahun penerimaan dana zakat di Indonesia kian meningkat tiap tahunnya. Dan salah satu yang menjadi alternatif program pemerintah sebagai sumber dana untuk mengatasi kemiskinan adalah dengan penyaluran zakat. Zakat sangatlah mungkin menjadi alternatif program pemerintah sebagai sumber dana untuk mengatasi kemiskinan.

Penggunaan teknologi dalam zakat diharapkan dapat membantu mengoptimalkan pengumpulan dana zakat karena Muzakki dapat membayar Zakat kapanpun dan dimanapun (Aldi & Susanti 2023). Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah badan zakat yang memulai layanan pembayaran zakat digital dengan berbagai platform e-commerce. BAZNAS terus melakukan inovasi untuk meningkatkan penerimaan zakat. BAZNAS telah menyediakan berbagai platform online yang tersedia bagi masyarakat umum untuk digunakan. Zakat online merupakan pembayaran yang dilakukan secara online yang melibatkan ATM, internet, website dan zakat provider yang memudahkan muzakki untuk menyalurkan zakatnya (Almaulida et al., 2024). Sejalan dengan berkembangnya era digital, pengelolaan zakat terutama pada aspek pengumpulan dana zakat dilakukan dengan menggunakan jejaring internet yakni melalui platform zakat digital (Agusta, 2024).

BAZNAS telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan aplikasi teknologi online dan digital. Kerjasama tersebut diharapkan dapat meningkatkan penghimpunan dana zakat secara nasional (Aulia et al., 2024). Banyaknya lembaga yang membuka layanan membayar zakat secara online diharapkan dapat mendorong minat masyarakat dalam membayar zakat atau menyisihkan pendapatannya untuk berzakat (Aristyanto & Edi, 2023). Dengan adanya saluran pembayaran online dan digital memiliki potensi yang sangat besar dalam menghimpun dana zakat (Rosalinda et al., 2021). berkembangnya teknologi pembayaran, setiap lembaga zakat di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan redistribusi kekayaan umat Islam dari tahun ke tahun melalui lembaga zakat (Anggraini & Sisdianto, 2024).

Banyak faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat secara online diantaranya adalah ease of use (kemudahan penggunaan) mengacu pada persepsi seorang individu mengenai sejauh mana kemudahan dalam menggunakan teknologi atau platform tertentu. Kemudahan dikaitkan dengan pengembangan suatu teknologi karena antara kemudahan dengan penggunaan teknologi saling berkaitan. Semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan masyarakat akan tertarik untuk menggunakannya untuk membayar zakat (Jamaludin & Soleha, 2022). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan dalam menggunakan mobile banking pada nasabah BSI. Penelitian lain menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi milenial (Ghofur & Suhendar, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat secara online adalah trust (kepercayaan) (Caroline, 2021). Kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan seseorang terhadap tindakan orang lain atau sekelompok orang yang sejalan dengan pandangan dan ide-ide mereka (Fitriyani & Irkhami, 2022). Dengan kata lain, kepercayaan juga merujuk pada keyakinan kita terhadap kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan tertentu (Heri et al., 2022). Proses pembentukan

kepercayaan ini berlangsung secara bertahap, berkembang seiring waktu hingga menjadi suatu bentuk keyakinan yang kuat (Muzayyanah & Yulianti, 2022). Penelitian terdahulu menemukan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat untuk membayar zakat. Ketika tingkat kepercayaan muzakki meningkat, minat mereka untuk membayar zakat pun ikut meningkat (Sianturi & Prayoga, 2022; Suprihati et al., 2021). Sebaliknya, jika kepercayaan muzakki menurun, maka minat mereka untuk membayar zakat juga akan menurun (Lailatul et al., 2024).

Selain itu literasi digital menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat secara online. Literasi digital mencakup kemampuan untuk mengakses, mengelola, dan mengevaluasi informasi digital secara efektif, serta memanfaatkan informasi tersebut dalam konteks yang sesuai. Literasi digital berarti kemampuan masyarakat untuk menggunakan platform digital dengan baik, mulai dari memahami cara kerja aplikasi hingga memastikan keamanan transaksi. Penelitian terdahulu menemukan hasil bahwa literasi zakat dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat (Hermawati, 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti potensi ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Menekankan bahwa faktor kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan literasi digital mempunyai pengaruh pada penggunaan layanan membayar zakat secara online (Tambuan, 2021). Semakin mudah dan terpercaya platform pembayaran zakat maka semakin tinggi penggunaan layanan tersebut. Jika platform tidak dapat memberikan pelayanan yang sesuai keinginan maka pengguna layanan tidak segan untuk beralih ke merek lain.

Meskipun ada berbagai penelitian yang membahas tentang pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online, terdapat gap yang signifikan dalam pemahaman mengenai bagaimana pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Kebanyakan penelitian tentang zakat online fokus pada aspek keagamaan dan hukum sedangkan aspek teknologi dan perilaku konsumen kurang dieksplorasi. Kurangnya penelitian yang mempertimbangkan variabel-variabel yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat secara online, seperti ease of use, trust, dan literasi digital.

Keunikan penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang menggabungkan elemen ease of use, trust, dan literasi digital, dalam konteks minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Penelitian ini fokus pada minat masyarakat dalam membayar zakat secara online sehingga dapat memberikan informasi yang berharga bagi lembaga zakat dan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Ease Of Use, Trust, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online (Studi Masyarakat Di Bandar Lampung)”.

METODE

Penelitian ini menganalisis ease of use, trust, dan literasi digital terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Penelitian ini dilakukan penulis dan

ditunjukkan untuk masyarakat yang membayar zakat secara online, khususnya masyarakat yang ada di Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 di kota Bandar Lampung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuannya untuk memberikan deskripsi statistik, hubungan atau penjelasan antar variabel. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang langsung di peroleh dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Metode yang di gunakan untuk mendapatkan data primer yaitu mengedarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat secara online yang berdomisili di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan Teknik non-probability sampling karena jumlah tidak diketahui dan dengan purposive sampling sebagai Teknik penentu sampelnya. Berdasarkan hasil dari perhitungan maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan mengisi ruang kosong. Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dalam penelitian kuantitatif. Metode pada penelitian ini menggunakan kuisoner sebagai metode untuk menghasilkan sumber data primer dengan objek penelitiannya yaitu pada masyarakat di bandar lampung. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala pengukuran likert adalah skala yang seringkali digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, hasil persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya, indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Instrument penelitian menggunakan skala likert yang berisi 5 tingkat jawaban.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.12 Partial Least Square (PLS) merupakan teknik pengujian multivariat yang membandingkan variabel independen berganda terhadap variabel dependen berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Ease of Use (X1)

Item	Nilai Outer Loading	Keterangan
EOU 1	0,800	Valid

EOU 2	0,817	Valid
EOU 3	0,719	Valid
EOU 4	0,768	Valid
EOU 5	0,775	Valid
EOU 6	0,733	Valid
EOU 7	0,780	Valid
EOU 8	0,800	Valid
EOU 9	0,778	Valid
EOU 10	0,811	Valid
EOU 11	0,789	Valid
EOU 12	0,808	Valid

Berdasarkan tabel 2. menampilkan hasil uji validitas variabel ease of use yang terdiri dari 12 item pertanyaan dinyatakan valid dikarenakan nilai outer loading > 0,6-0,7.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Trust (X2)

Item	Nilai Outer Loading	Keterangan
T 1	0,805	Valid
T 2	0,792	Valid
T 3	0,805	Valid
T 4	0,785	Valid
T 5	0,844	Valid
T 6	0,861	Valid
T 7	0,816	Valid
T 8	0,858	Valid

Berdasarkan tabel 2. diatas, menunjukan hasil uji validitas pada variabel trust yang terdiri dari 8 item pertanyaan nilai outer loading secara berurutan sebesar 0,805, 0,792, 0,805, 0,785, 0,844, 0,861, 0,816, 0,858. Sehingga item tersebut dikatakan valid karena nilai outer loading > 0,6-0,7.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Literasi Digital (X3)

Item	Nilai Outer Loading	Keterangan
LG 1	0,809	Valid
LG 2	0,795	Valid
LG 3	0,814	Valid
LG 4	0,806	Valid

LG	0,848	Valid
5		
LG	0,808	Valid
6		
LG	0,829	Valid
7		
LG	0,775	Valid
8		

Berdasarkan tabel 3. diatas, menunjukan hasil uji validitas pada variabel literasi digital yang terdiri dari 8 item pertanyaan nilai outer loading secara berurutan sebesar 0,809, 0,795, 0,814, 0,806, 0,848, 0,808, 0,829, 0,775. Sehingga item tersebut dikatakan valid karena nilai outer loading > 0,6-0,7.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Minat masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)

Item	Nilai Outer Loading	Keterangan
Y 1	0,817	Valid
Y 2	0,803	Valid
Y 3	0,825	Valid
Y 4	0,851	Valid
Y 5	0,885	Valid
Y 6	0,853	Valid

Berdasarkan tabel 4. menampilkan hasil uji validitas variabel minat masyarakat dalam membayar zakat secara online yang terdiri dari 6 item pertanyaan dinyatakan valid dikarenakan nilai outer loading > 0,6-0,7.

Tabel 5. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ease Of Use	96	12,00	60,00	47,4479	9,18336
Trust	96	8,00	40,00	31,9687	6,18394
Literasi Digital	96	9,00	40,00	32,2188	6,26469
Minat Masyarakat	96	6,00	30,00	23,8854	4,66763
Valid (listwise)	N 96				

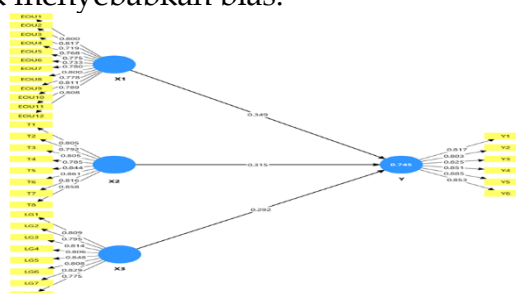
1). Variabel Ease Of Use (X1) memiliki 12 item pertanyaan. Hasil perolehan jawaban pertanyaan tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 12 sedangkan nilai maksimum sebesar 60. Nilai rata-rata ease of use 47 dan standar deviasi sebesar 9,18336. Dari hasil tersebut nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau disperse rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi. Sehingga penyebaran data menunjukkan bahwa hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

2). Variabel Trust (X2) memiliki 8 item pertanyaan. Hasil perolehan jawaban pertanyaan tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai

maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata trust 31 dan standar deviasi sebesar 6,18394. Dari hasil tersebut nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau disperse rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi. Sehingga penyebaran data menunjukkan bahwa hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

3). Variabel Literasi Digital (X3) memiliki 8 item pertanyaan. Hasil perolehan jawaban pertanyaan tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 9 sedangkan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata literasi digital 32 dan standar deviasi sebesar 6,26469. Dari hasil tersebut nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau disperse rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi. Sehingga penyebaran data menunjukkan bahwa hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

4). Variabel Minat Masyarakat (Y) memiliki 6 item pertanyaan. Hasil perolehan jawaban pertanyaan tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 6 sedangkan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata minat masyarakat 23 dan standar deviasi sebesar 4,66763. Dari hasil tersebut nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau disperse rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi. Sehingga penyebaran data menunjukkan bahwa hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.



Gambar 1. Model Pengukuran

Gambar diatas merupakan hasil dari item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menguji validitas minimum 0,7 (Hair et al, 2021). Namun untuk penelitian masih dalam tahap pengembangan 0,6 masih bisa digunakan untuk mengukur uji validitas (Chin, 1998).

Tabel 6. Loading Factor

Table 3. Loading Factor		
Loading Factor		Keterangan
<i>Ease Of Use (EOU)</i>		
EOU 1	0,800	Valid
EOU 2	0,817	Valid
EOU 3	0,719	Valid
EOU 4	0,768	Valid
EOU 5	0,775	Valid
EOU 6	0,733	Valid
EOU 7	0,780	Valid
EOU 8	0,800	Valid
EOU 9	0,778	Valid
EOU 10	0,811	Valid

EOU 11	0,789	Valid
EOU 12	0,808	Valid
<i>Trust (T)</i>		
T 1	0,805	Valid
T 2	0,792	Valid
T 3	0,805	Valid
T 4	0,785	Valid
T 5	0,844	Valid
T 6	0,861	Valid
T 7	0,816	Valid
T 8	0,858	Valid
<i>Literasi Digital (LG)</i>		
LG 1	0,809	Valid
LG 2	0,795	Valid
LG 3	0,814	Valid
LG 4	0,806	Valid
LG 5	0,848	Valid
LG 6	0,808	Valid
LG 7	0,829	Valid
LG 8	0,775	Valid
<i>Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online (Y)</i>		
Y 1	0,817	Valid
Y 2	0,803	Valid
Y 3	0,825	Valid
Y 4	0,851	Valid
Y 5	0,885	Valid
Y 6	0,853	Valid

Berdasarkan tabel 6. diatas, indikator variabel telah valid karena seluruh loading factor memiliki nilai >0,7,

Tabel 7. Forner Larcker Criterion

	X1	X2	X3	Y
X1	0,782			
X2	0,730	0,821		
X3	0,692	0,743	0,811	
Y	0,781	0,787	0,768	0,839

Berdasarkan tabel 7. hasil Loading Factor dan Forner Larcker Criterion yang telah memenuhi syarat, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten telah memenuhi uji validitas.

Tabel 8. Heteroit Monotrait Ratio (HTMT)

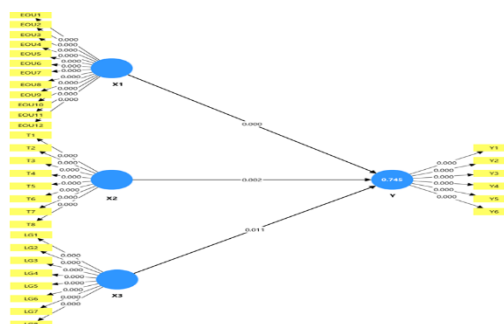
	X1	X2	X3	Y
X1				
X2	0,779			
X3	0,739	0,799		
Y	0,836	0,851	0,834	

Berdasarkan tabel 7. nilai HTMT menunjukkan angka dibawah 0,90 untuk pasangan variabel maka validitas diskriminan tercapai. Variabel membagi variasi item pengukuran terhadap item yang mengukurnya lebih kuat dibandingkan membagi varian pada item variabel lainnya.

Tabel 8. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability(rho_a)	Composite Reliability(rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Ease Of Use (X1)	0,942	0,944	0,950	0,612
Trust (X2)	0,931	0,932	0,943	0,675
Literasi Digital (X3)	0,925	0,926	0,939	0,657
Minat Masyarakat (Y)	0,916	0,917	0,935	0,705

Berdasarkan tabel 8. diatas, hasil pengujian menunjukkan bahwa composite reliability dan cronbach's alpha pada semua variabel telah memenuhi nilai >0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukur yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas.



Gambar 2. Hasil Uji Inner Model

Tabel 9. Hasil Inner VIF

	Minat Masyarakat (Y)
Minat Masyarakat (Y)	
Ease Of Use (X1)	2,400
Trust (X2)	2,790
Literasi Digital (X3)	2,501

Berdasarkan tabel 9. diatas, menunjukkan nilai VIF dari keseluruhan menunjukkan angka kurang dari 5 maka tidak ada multikolinier antar variabel yang mempengaruhi minat masyarakat.

Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Hipotesis (Path Coeffisition)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0,349	0,355	0,089	3,919	0,000
X2 -> Y	0,315	0,317	0,104	3,038	0,002

X3 -> Y	0,292	0,286	0,115	2,544	0,011
---------	-------	-------	-------	-------	-------

Variabel Ease Of Use

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat diketahui bahwa variabel ease of use memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,349 dan nilai t-statistic sebesar 3,919 terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel ease of use berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online karena t-statistic >1,96 dan p-value 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan H1 diterima. Variabel ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

2). Variabel Trust

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat diketahui bahwa variabel trust memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,315 dan nilai t-statistic 3,038 terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel trust signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online karena t-statistic >1,96 dan p-value 0,002 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan H2 Diterima. Variabel trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

3). Variabel Literasi Digital

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat diketahui bahwa variabel literasi digital memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,292 dan nilai t-statistic 2,544 terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi digital signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online karena t-statistic >1,96 dan p-value 0,011 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan H3 Diterima. Variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Tabel 11. Hasil Uji F-Square

	F-Square
Minat Masyarakat (Y)	
Ease Of Use (X1)	0,199
Trust (X2)	0,140
Literasi Digital (X3)	0,134

Berdasarkan tabel 11. diatas, nilai f square dari variabel ease of use (X1) dalam meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat secara online mempunyai pengaruh sedang dalam level struktural dilihat dari nilai f square 0,199. Variabel trust (X2) dalam meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat secara online mempunyai pengaruh rendah dilihat dari nilai f square 0,140. Variabel literasi digital (X3) dalam meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat secara online mempunyai pengaruh rendah dilihat dari nilai f square 0,134.

Tabel 12. Hasil Uji Determinasi R-Square

R-square	R-square adjusted
----------	-------------------

Minat Masyarakat (Y)	0.745	0.737
-------------------------	-------	-------

Berdasarkan tabel 12. Hasil analisis koefisien determinasi diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai R Square pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1,X2 dan X3 terhadap Y dengan nilai R Square 0,745. Maka dapat dijelaskan bahwa semua konstruk eksogen ease of use, trust, dan literasi digital bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online sebesar 74,5% (pengaruh tinggi) sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi oleh variabel laten lain diluar penelitian ini.

Tabel 13. Hasil Nilai $Q^2_{Predict}$

Nilai $Q^2_{Predict}$	
Minat Masyarakat (Y)	0,722

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan model memiliki prediksi relevansi yang baik dimana nilai $Q^2_{Predict}$ 0,722 > 0. Secara kualitati nilai 0 pengaruh rendah, nilai 0,25 pengaruh moderat, dan 0,50 pengaruh tinggi. Berdasarkan hasil pengolahan diatas nilai Q square variabel minat masyarakat adalah 0,722 > 0,50 akurasi prediksi tinggi.

PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Berikut ini merupakan penjelasan yang diperoleh selama penelitian:

Pengaruh ease of use terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil penelitian ini didukung terori Technology Acceptance Model (TAM). Pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis dimana teori ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. TAM merupakan sebuah model dari pengembangan teori psikologis yang memuat tentang perilaku pengguna teknologi yang didasarkan pada kepercayaan, sikap perilaku, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna dengan 5 jenis variabel penting dalam model ini yaitu persepsi kemudahan pengguna (ease of use), sikap dalam menggunakan (attitude toward using), persepsi kegunaan (perceived usefulness), perilaku untuk tetap menggunakan (behavioral intention to use), dan kondisi nyata penggunaan sistem (actual system usage). TAM memungkinkan untuk menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terhadap kemudahan membayar zakat secara online yang mempengaruhi minat masyarakat. Artinya semakin mudah aplikasi atau platform membayar zakat maka minat masyarakat dalam membayar zakat secara online semakin tinggi.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem zakat online digunakan maka semakin tinggi minat masyarakat untuk membayar zakat secara online dan tertarik untuk melakukan pembayaran zakat secara online. Ketika masyarakat merasa bahwa mereka tidak perlu memiliki kemampuan teknologi yang tinggi untuk

mengoperasikan aplikasi atau platform zakat online maka persepsi ease of use (kemudahan penggunaan) akan meningkat. Hal ini memperkuat minat masyarakat untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan.

Penelitian ini didukung oleh Habibah dan Nurafini (2024) yang menyebutkan bahwa ease of use (kemudahan pengguna) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hal ini terlihat bahwa semakin mudah sebuah platform zakat online akan meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Pengaruh trust terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil penelitian ini didukung teori Technology Acceptance Model (TAM). Pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis dimana teori ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. TAM merupakan sebuah model dari pengembangan teori psikologis yang memuat tentang perilaku pengguna teknologi yang didasarkan pada kepercayaan, sikap perilaku, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna dengan 5 jenis variabel penting dalam model ini yaitu persepsi kemudahan pengguna (ease of use), sikap dalam menggunakan (attitude toward using), persepsi kegunaan (perceived usefulness), perilaku untuk tetap menggunakan (behavioral intention to use), dan kondisi nyata penggunaan sistem (actual system usage). TAM memungkinkan untuk menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terhadap kemudahan membayar zakat secara online yang mempengaruhi minat masyarakat. Artinya semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi atau platform membayar zakat online maka minat masyarakat dalam membayar zakat secara online semakin tinggi.

Penelitian ini didukung oleh Rizki Yanura Ramadhani dan Meri Indri Hapsari (2022) yang mengatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar zakat secara online muzakki dari generasi milenial. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi trust (kepercayaan) masyarakat terhadap platform zakat online, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menunaikan zakat melalui platform zakat online.

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Hasil penelitian ini didukung teori Technology Acceptance Model (TAM). Pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis dimana teori ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. TAM merupakan sebuah model dari pengembangan teori psikologis yang memuat tentang perilaku pengguna teknologi yang didasarkan pada kepercayaan, sikap perilaku, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna dengan 5 jenis variabel penting dalam model ini yaitu persepsi kemudahan pengguna (ease of use), sikap dalam menggunakan (attitude toward using), persepsi kegunaan (perceived usefulness), perilaku untuk tetap

menggunakan (behavioral intention to use), dan kondisi nyata penggunaan sistem (actual system usage). TAM memungkinkan untuk menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terhadap kemudahan membayar zakat secara online yang mempengaruhi minat masyarakat.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital masyarakat maka semakin besar minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Ketika masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan platform zakat online mereka akan merasa lebih percaya dan nyaman untuk menunaikan zakat melalui online. Dengan literasi digital yang baik masyarakat dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi pembayaran zakat online sehingga meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Penelitian ini didukung oleh Diva Mulki Bintang Aulia, Dwiyani Sudaryanti, dan Umi Nandiroh (2024) yang mengatakan bahwa literasi digital terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan diri masyarakat untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital. Literasi digital memungkinkan masyarakat untuk menilai kredibilitas platform zakat online, menghindari resiko penipuan, serta memahami alur pembayaran dan pelaporan zakat dengan lebih baik.

Pengaruh Ease Of Use, Trust, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online (Studi Masyarakat di Bandar Lampung) Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, aktivitas ekonomi bukan sekadar aktivitas rasional untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi bagian dari ibadah ('ibādah) dan bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Zakat sendiri merupakan instrumen distribusi kekayaan yang memiliki dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi. Dalam konteks pembayaran zakat online di Bandar Lampung, kemudahan penggunaan dapat dilihat dari kemudahan memahami fitur aplikasi/website zakat, proses pembayaran yang sederhana dan cepat, tampilan yang jelas dan mudah diakses, tidak memerlukan kemampuan teknis yang rumit. Apabila masyarakat merasa bahwa sistem pembayaran zakat online mudah dipelajari dan dioperasikan, maka mereka akan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika sistem dianggap rumit, maka minat akan menurun. Trust (kepercayaan) merupakan faktor penting dalam transaksi digital, terutama yang berkaitan dengan keuangan dan ibadah seperti zakat. Dalam pembayaran zakat online, masyarakat harus percaya bahwa dana zakat disalurkan dengan aman, lembaga pengelola zakat memiliki kredibilitas, data pribadi terlindungi, transaksi transparan dan dapat dipertanggung jawabkan. Apabila masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform dan lembaga pengelola zakat, maka minat untuk membayar zakat secara online juga akan meningkat. Trust menjadi faktor psikologis yang memperkuat minat dalam melakukan zakat online. Literasi digital dalam perspektif Islam dapat dikaitkan dengan konsep "ilm" (pengetahuan). Dalam konteks zakat online, literasi digital mencerminkan kemampuan memahami teknologi, kemampuan membedakan platform resmi dan ilegal, kesadaran terhadap keamanan transaksi digital. Masyarakat yang memiliki literasi digital tinggi akan lebih yakin dalam menggunakan aplikasi zakat online, tidak mudah terpengaruh oleh informasi palsu, lebih percaya terhadap sistem pembayaran digital. Dari perspektif ekonomi Islam,

literasi digital juga mendukung prinsip “masalah” (kemaslahatan), karena teknologi zakat online dapat mempercepat distribusi dana kepada mustahik secara lebih efektif dan efisien.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah di paparkan mengenai Pengaruh Ease Of Use, Trust, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online (Studi Pada Masyarakat di Bandar Lampung). Dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Hasil pengujian variabel ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Sehingga dapat disimpulkan H1 variabel ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Artinya semakin mudah suatu sistem zakat online digunakan maka semakin tinggi minat masyarakat untuk membayar zakat secara online dan tertarik untuk melakukan pembayaran zakat secara online. (2) Hasil pengujian pada variabel trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Sehingga dapat disimpulkan H2 variabel trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Artinya semakin tinggi trust (kepercayaan) masyarakat terhadap platform zakat online, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menunaikan zakat melalui platform zakat online (3) Hasil pengujian pada variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Sehingga dapat disimpulkan H3 variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Artinya semakin tinggi tingkat literasi digital masyarakat maka semakin besar minat masyarakat dalam membayar zakat secara online. Ketika masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan platform zakat online mereka akan merasa lebih percaya dan nyaman untuk menunaikan zakat melalui online.

DAFTAR RUJUKAN

- Agusta, E. S. (2024). Pemanfaatan literasi digital keagamaan dalam menumbuhkan sikap moderasi beragama siswa. *Jurnal Lingkar Mutu Pendidikan, 21*(1), 1–9. (<https://doi.org/10.54124/jlmp.v21i1.125>)
- Aldi Samara, & Susanti, M. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi dompet digital (e-wallet) di kalangan mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi, 1*(2), 249–260. (<https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>)
- Almaulidi, F. A., Najib, M. A., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2024). Pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan social media terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat. *[Nama jurnal tidak lengkap], 9*(204), 3021–3035.
- Anggraini, M., & Sisdiyanto, E. (2024). Analisis penerapan akuntansi lingkungan syariah dan peranannya dalam pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah dalam perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, 2*(12), 491–505.

- Aridiyanto, M. J., & Penagsang, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja koperasi (Studi kasus: Koperasi di Surabaya Utara). *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 7*(01), 27–40.
- Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2023). Optimization of zakat receiving through the digital platform at the zakat management foundation in Surabaya. *Jurnal Ilmiah Satyagraha, 6*(2), 11–39.
- Aulia, D. M. B., Sudaryanti, D., & Nandiroh, U. (2024). Determinan generasi Z dalam pembayaran ZISWAF secara online. *Jurnal Warta Ekonomi, 7*(02).
- Ayuningtias, Z. D., Syaharani, S. M., Maulidah, N. H., Haq, H. H., & Aisy, R. D. A. (2024). Tingkat literasi zakat pada mahasiswa terhadap minat pembayaran zakat era digital. *Journal of Islamic Economics and Banking, 5*(1), 48–58. (<https://doi.org/10.31000/almaal.v5i1.10283>)
- Aziz, R. M., Arrozy, M. F. R., Kurniyanto, I. R., & Ronaydi, M. (2023). Pengaruh kepercayaan dan pengetahuan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah dengan promosi sebagai variabel moderasi. *Edunomika, 8*(1), 1–11.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2024). BAZNAS RI capai target pengumpulan zakat Rp1 triliun pada 2024. [https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_RI_Capai_Target_Pengumpulan_Zakat_Rp1_Triliun_pada_2024/2604](https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_RI_Capai_Target_Pengumpulan_Zakat_Rp1_Triliun_pada_2024/2604)
- Caroline, C. C. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan M-banking berdasarkan teori TAM. *Keunis, 9*(2), 160. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>
- Desfitriady, D., Afifah, W. N., & Ikrimah, A. L. M. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Shopee. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen), 7*(2), 125–136.
- Fitriyani, L., & Irkhami, N. (2022). Pengaruh pengetahuan zakat, pendapatan, kepercayaan, kualitas pelayanan terhadap minat ASN membayar zakat profesi melalui BAZNAS Kabupaten Demak. *Jurnal Ekonomi Syariah, 7*(1), 69–87. (<https://doi.org/10.37058/jes.v7i1.3073>)
- Ghofur, R. A., & Suhendar, S. (2021). Analisis akuntabilitas dan transparansi pada organisasi pengelola zakat dalam memaksimalkan potensi zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7*(3), 1866–1879.
- Heri Suryanto, Suryana, P. A., Hardi, E. A., & Anggraeni, L. (2022). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika, 2*(1), 44–54. (<https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i1.691>)
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh penanganan keluhan, komunikasi pemasaran dan kepercayaan terhadap loyalitas. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital, 1*(1), 14–28. (<https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>)
- Jamaludin, N., & Soleha, A. D. (2022). Peran model penerimaan teknologi, literasi digital dan promosi sosial media dalam meningkatkan kesadaran dalam

- membayar zakat secara online. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD), 2*(2), 137-166. (<https://doi.org/10.21154/joipad.v2i2.5086>)
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 1-12.
- Lailatul Zannah, M., Maslahah, M., Maylinda, M., Saputra, M. R., & Ridwan, M. (2024). Analisis macam-macam zakat dan wakaf dalam manajemen filantropi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam, 2*(5), 140-153. (<https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i5.507>)
- Muzayyanah, M., & Yulianti, H. (2020). Mustahik zakat dalam Islam. *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, 4*(1), 90-104. <https://doi.org/10.33511/almizan.v4n1.90-104>
- Nasrudin, I., Nurlatifah, H., & Imam, S. (2023). Analisis pengaruh perceived ease of use, religiosity, dan perceived usefulness terhadap minat berdonasi online melalui trust. *Judicious, 4*(1), 92-101. (<https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1.1251>)
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh pengetahuan zakat, pendapatan dan kepercayaan muzakki terhadap minat pelaku UMKM untuk membayar zakat niaga. *Jurnal Akuntansi, 11*(1), 67-80. (<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>)
- Sianturi, R., & Prayoga, A. S. (2022). Pengaruh kepercayaan dan pengetahuan tentang zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Bekasi. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia, 4*(2), 121-131. (<https://doi.org/10.59729/alfatih.v4i2.56>)
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh religiusitas, budaya, pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di koperasi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7*(1), 443. (<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>)
- Tambunan, J. (2021). Memaksimalkan potensi zakat melalui peningkatan akuntabilitas lembaga pengelola zakat. *Islamic Circle, 2*(1), 118-131. (<https://doi.org/10.56874/islamiccircle.v2i1.498>)