

DETERMINAN GENERASI Z DALAM PEMBAYARAN ZISWAF SECARA ONLINE

Diva Mulki Bintang Aulia, Dwiyani Sudaryanti, Umi Nandiroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email: auliabntng12@gmail.com

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan platform digital untuk membayar zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pendekatan survei yang mengeksplorasi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, literasi digital, dan minat generasi Z terhadap pembayaran ZISWAF secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan pembayaran ZISWAF secara digital. Selain itu, literasi digital juga terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan diri generasi Z untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembang aplikasi pembayaran digital dan lembaga filantropi dalam meningkatkan partisipasi generasi Z melalui peningkatan literasi digital dan pengembangan inovasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan generasi ini. Oleh karena itu, implementasi strategi edukasi dan peningkatan literasi digital sangat diperlukan untuk mendorong keterlibatan yang lebih luas dari generasi Z dalam pembayaran ZISWAF secara online.

Kata Kunci: *Generasi Z, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Literasi Digital, Minat, Pembayaran Online.*

ABSTRACT:

This study aims to analyze the factors that influence the interest of generation Z in using digital platforms to pay zakat, infaq, sedekah, and waqf (ZISWAF). The research method used is quantitative, with a survey approach that explores the perception of ease of use, perception of benefits, digital literacy, and interest of generation Z in online ZISWAF payments. The results of the study indicate that the perception of ease and benefits have a significant effect on the interest of generation Z in using digital ZISWAF payment services. In addition, digital literacy has also been shown to have an important role in increasing the knowledge and confidence of generation Z to utilize digital payment technology. This study provides important insights for digital payment application developers and philanthropic institutions in increasing the participation of generation Z through increasing digital literacy and developing technological innovations that are in accordance with the needs of this generation. Therefore, the implementation of educational strategies and increasing digital literacy are very much needed to encourage wider involvement of generation Z in online ZISWAF payments.

Keywords: *Generation Z, Ease of Use Perception, Perceived Benefits, Digital Literacy, Interest, Online Payment..*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital telah mengubah dinamika masyarakat, khususnya dalam bidang ekonomi, dengan adopsi teknologi digital oleh perbankan syariah sebagai respon terhadap kemajuan teknologi. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), inovasi perbankan digital bertujuan untuk mengoptimalkan pelayanan dan data nasabah. Untuk mendukung ekosistem masyarakat tanpa uang, pembayaran berbasis QRIS adalah salah satu inovasi baru. Pengumpulan dana sosial keagamaan (ZISWAF) adalah salah satu contoh transaksi digital yang semakin meningkat. Meskipun ada potensi besar untuk mengumpulkan dana zakat di Indonesia, realisasinya masih jauh dari harapan, terutama di kalangan generasi yang lebih terbiasa dengan teknologi. Dipengaruhi oleh kemudahan,

kepercayaan, dan literasi digital, generasi ini lebih cenderung menggunakan pembayaran digital untuk infak dan sedekah. Studi ini bertujuan untuk melihat bagaimana Generasi Z melihat kemudahan, keuntungan, dan literasi digital terhadap minat mereka dalam pembayaran ZISWAF secara *online*. Tujuannya adalah untuk menguji elemen-elemen ini yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan platform digital untuk berinfak dan bersedekah.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Model ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi atau tidak. Menurut TAM, dua konstruksi utama yang memengaruhi sikap dan minat orang terhadap teknologi: persepsi kemudahan penggunaan (persepsi kemudahan penggunaan) dan persepsi manfaat (persepsi manfaat). Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar, sedangkan persepsi manfaat mengacu pada keyakinan bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja atau produktivitas pengguna (Davis, 1989).

Minat

Dalam konteks penelitian ini, mengacu pada dorongan internal individu untuk menggunakan teknologi tertentu berdasarkan penilaian manfaat yang diperoleh. Menurut Hurlock (2004), minat akan muncul ketika seseorang merasa bahwa melakukan sesuatu membawa manfaat atau kepuasan. Generasi Z sangat tertarik untuk menggunakan platform pembayaran ZISWAF secara *online*, terutama karena mereka sangat terbiasa dengan teknologi dan aplikasi digital. Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan literasi digital mereka dapat memengaruhi minat. Purnomosidhi (2012) menemukan bahwa minat seseorang untuk melakukan sesuatu, termasuk pembayaran ZISWAF, berkorelasi positif dengan nilai yang dianggap bermanfaat. Oleh karena itu, minat ini memainkan peran penting dalam menentukan seberapa banyak Generasi Z terlibat dalam transaksi ZISWAF melalui platform digital.

Pembayaran ZISWAF Secara Online

Teknologi pembayaran *online* memungkinkan transaksi elektronik seperti transfer bank, dompet digital, dan platform *crowdfunding* (Stair dan Reynolds 2012). Pembayaran melalui internet dalam ZISWAF tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga mendukung prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen dana. Menurut Kasdi (2016), teknologi ini mendukung prinsip keadilan sosial dalam Islam. Generasi Z lebih suka menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari karena sistem digital mudah diakses dan aman. Namun, penting untuk terus meningkatkan keamanan transaksi dan pengetahuan digital masyarakat, terutama terkait filantropi *online*.

Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan berkaitan dengan seberapa jauh pengguna percaya bahwa sistem tertentu dapat digunakan tanpa banyak kesulitan atau usaha tambahan. Dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran ZISWAF secara *online*, persepsi kemudahan sangat penting karena dapat mempengaruhi minat Generasi Z untuk berpartisipasi dalam transaksi digital. Semakin mudah suatu platform untuk dipahami dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan individu untuk menggunakannya. Penelitian oleh Fadlan dan Dewantara (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan teknologi keuangan, seperti *mobile banking*, yang relevan dengan adopsi platform pembayaran ZISWAF.

Persepsi Manfaat

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat berkaitan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan memberikan manfaat atau keuntungan

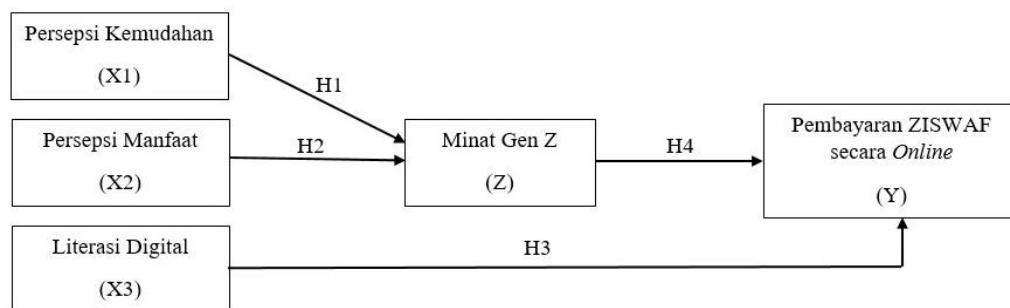
dalam pekerjaannya. Dalam konteks pembayaran ZISWAF secara *online*, persepsi manfaat mencakup keyakinan bahwa penggunaan platform digital untuk pembayaran ZISWAF akan mempermudah transaksi, menghemat waktu, dan meningkatkan efisiensi. Penelitian oleh Indriyani dan Sartika (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan *e-wallet* untuk transaksi keuangan, termasuk pembayaran filantropi. Oleh karena itu, jika Generasi Z melihat manfaat yang besar dalam menggunakan platform digital untuk ZISWAF, mereka akan lebih cenderung berpartisipasi dalam transaksi tersebut.

Literasi Digital

Menurut Martin (2008), literasi digital mencakup keterampilan untuk mengakses, mengelola, dan mengevaluasi informasi digital dengan tepat, serta menggunakannya dalam konteks yang relevan. Dalam konteks pembayaran ZISWAF secara *online*, literasi digital berarti kemampuan Generasi Z untuk menggunakan platform digital dengan baik, mulai dari memahami cara kerja aplikasi hingga memastikan keamanan transaksi. Penelitian oleh Sadriana dan Zulfison (2018) menunjukkan bahwa literasi digital memainkan peran penting dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan teknologi digital dalam pembayaran ZISWAF. Semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar kemampuannya untuk memahami manfaat dan kemudahan teknologi, yang pada akhirnya meningkatkan partisipasinya dalam transaksi digital. Literasi digital melibatkan kemampuan teknis dan intelektual untuk mengakses serta memanfaatkan informasi yang tersedia dalam bentuk digital, dan hal ini menjadi salah satu faktor kunci dalam adopsi teknologi oleh Generasi Z dalam konteks filantropi *online*.

Model Penelitian

Untuk memperkuat penelitian ini, pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, maka dijelaskan dengan model penelitian dibawah ini.



Gambar 1.
Model Penelitian (Kerangka Konseptual)

Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Dalam penelitian ini, hipotesis diajukan dengan tujuan untuk memberikan arah dan pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan pembahasan secara teoritis terkait pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan, manfaat dan literasi digital terhadap pembayaran ZISWAF secara *online* yang didukung dengan penelitian terdahulu maka dapat diajukan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- H1: Diduga variabel Persepsi kemudahan (X1) berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam pembayaran ZISWAF secara *online*.
- H2: Diduga variabel Persepsi manfaat (X2) berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam pembayaran ZISWAF secara *online*.
- H3: Diduga variabel literasi digital (X3) berpengaruh terhadap pembayaran ZISWAF secara *online*.
- H4: Diduga variabel Minat (Z) berpengaruh terhadap pembayaran ZISWAF secara *online*.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling* dimana responden dipilih dengan kriteria tertentu yaitu Generasi Z. Generasi Z dipilih berdasarkan faktor-faktor seperti penggunaan aplikasi *mobile banking* dan pembayaran *online*, serta pengalaman dan demografi mereka dengan pembayaran ZISWAF *online*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Literasi Digital; Variabel terikat adalah pembayaran ZISWAF *online*. Tabel yang menggambarkan ukuran, variabel, dan indikator digunakan untuk melakukan pengukuran. Uji validitas dan reliabilitas, serta asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, digunakan untuk menganalisis data untuk memastikan keandalan instrumen. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diukur melalui regresi berganda dan uji hipotesis parsial (uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengkaji hal-hal yang mempengaruhi Generasi Z dalam menggunakan platform digital untuk pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf (ZISWAF) secara *online*, dengan fokus pada persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital, dan minat sebagai variabel independen, serta pembayaran ZISWAF secara *online* sebagai variabel dependen. Menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden Generasi Z di Kota Malang yang menggunakan platform digital untuk pembayaran ZISWAF. Analisis dilakukan menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, serta regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan platform digital untuk pembayaran ZISWAF, sementara literasi digital tidak memiliki pengaruh signifikan karena Generasi Z dianggap telah terbiasa menggunakan teknologi digital. Pembahasan penelitian meliputi bahwa kemudahan akses dan minat merupakan faktor penting dalam mendorong pembayaran ZISWAF secara *online* di kalangan Generasi Z.

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden generasi Z di Kota Malang yang menggunakan platform digital untuk pembayaran ZISWAF. Data karakteristik responden dijelaskan melalui tabel dan grafik yang meliputi domisili, jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Responden terbanyak adalah mahasiswa (83%), dengan rentang usia terbanyak 20-21 tahun (59%).

Tabel 1.

Tabel karakteristik responden.

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
1	Domisili		
	Malang	100	100,0
	Jumlah	100	100,0
2	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	39	39,0
	Perempuan	61	61,0
	Jumlah	100	100,0
3	Umur		
	17-19	3	3,0
	20-21	59	59,0
	22-23	38	38,0
	Jumlah	100	100,0

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
4	Pekerjaan		
	Mahasiswa/i	83	83,0
	Karyawan	15	15,0
	Wirausaha	1	1,0
	Yang lain;	1	1,0
	Jumlah	100	100,0

Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif menunjukkan nilai rata-rata dan standar deviasi dari lima variabel utama: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital, minat, dan pembayaran ZISWAF secara *online*. Rata-rata nilai variabel berkisar antara 3,37 hingga 3,46, menunjukkan responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi untuk pembayaran ZISWAF.

Tabel 2.

Tabel Analisis Statistik Deskriptif.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Persepsi kemudahan	100	4.00	16.00	3,41	2.55198
Persepsi Manfaat	100	4.00	16.00	3,40	2.55446
Literasi Digital	100	4.00	16.00	3,36	2.42595
Minat	100	4.00	16.00	3,29	2.54675
Pembayaran Ziswaf secara online	100	4.00	16.00	3,37	2.45565

Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua item pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel, serta reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan memenuhi syarat untuk mengukur variabel yang diteliti.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk (df) *degree of freedom* $= n-2$. r tabel dicari pada signifikansi 5% (0,05) dengan n = jumlah sampel (df) $= 100-2 = 98$, lalu didapat r tabel 0,196. Sedangkan untuk r hitung dapat dilihat pada hasil *Corrected Item Total Correlation*. jika r hitung $> r$ tabel maka valid.

Tabel 3

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,196	0,928	Valid
	X1.2	0,196	0,921	Valid
	X1.3	0,196	0,909	Valid
	X1.4	0,196	0,897	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0,196	0,861	Valid
	X2.2	0,196	0,857	Valid
	X2.3	0,196	0,894	Valid
	X2.4	0,196	0,916	Valid
Literasi Digital (X3)	X3.1	0,196	0,865	Valid
	X3.2	0,196	0,813	Valid
	X3.3	0,196	0,782	Valid
	X3.4	0,196	0,837	Valid
Minat (Z)	Z.1	0,196	0,852	Valid
	Z.2	0,196	0,918	Valid

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Pembayaran ZISWAF Secara Online (Y)	Z.3	0,196	0,849	Valid
	Z.4	0,196	0,865	Valid
	Y.1	0,196	0,877	Valid
	Y.2	0,196	0,901	Valid
	Y.3	0,196	0,777	Valid
	Y.4	0,196	0,836	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh pernyataan memiliki signifikansi *pearson correlation* lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan (X1) dengan r hitung rentang 0,897 – 0,928 dimana lebih besar dari r tabel 0,196. Kemudian hasil uji validitas variabel persepsi manfaat (X2) rentang 0,861 – 0,916 lebih besar dari 0,196. Hasil uji validitas variabel literasi digital (X3) dengan r hitung rentang 0,782 – 0,865 lebih besar dari tabel 0.196. Hasil uji validitas variabel minat (Z) rentang 0,849 – 0,918 dimana lebih besar dari r tabel 0.196. Hasil uji validitas variabel pembayaran ZISWAF secara *online* (Y) rentang 0,777 – 0,901 dimana lebih besar dari r tabel 0.196.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat reliabel.

Tabel 4.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Model	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,933	4	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,905	4	Reliabel
Literasi Digital (X3)	0,840	4	Reliabel
Minat (Z)	0,894	4	Reliabel
Pembayraan ZISWAF Secara Online (Y)	0,866	4	Reliabel

Hasil uji reliabilitas variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital, Minat dan pembayaran ZISWAF secara *online* menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sehingga hal tersebut dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital, Minat dan pembayaran ZISWAF secara *online* reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* (K-S) dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya pelanggaran uji normalitas (Sugiyono, 2020).

Tabel 5.

Tabel Hasil Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters	Mean	0.000000
	Std Deviation	0.71540641
Most Extreme Differences	Absolute	0.132
	Positive	0.132
	Negative	-0.117
Test Statistic		0.132
Monte Carlo Sig (2-tailed)	Sig	.054 ^d

2.

3. Uji Multikolinearitas

Analisis terhadap problem multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF), jika nilai VIF yang diamati <10 dan jika nilai *tolerance* > 0,1, maka diduga tidak terjadi problem multikolinearitas (Sugiyono, 2020).

Tabel 6.

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan (X1)	0.817	5.360
Persepsi Manfaat (X2)	0.169	5.903
Literasi Digital (X3)	0.184	5.420
Minat (Z)	0.217	4.618

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut (Sugiyono, 2020). Untuk mengetahui hasil dari data dapat menggunakan Uji Glesjer dengan menggunakan rumus $ABS_RES(RES_1)$, jika nilai signifikansinya > 5% atau 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7.

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Taraf Sig.	Sig
Perspesi Kemudahan (X1)	0.05	0.053
Persepsi Manfaat (X2)	0.05	0.121
Literasi Digital (X3)	0.05	0.963
Minat (Z)	0.05	0.094

Uji Regresi Berganda

Perumusan yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4Z + \varepsilon$. Maka, dari itu persamaan tersebut diperoleh data yang sudah diolah sebagai berikut:

Tabel 8.

Tabel Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel independent	Koefisien Regresi
Persepsi Kemudahan (X1)	0.258
Persepsi Manfaat (X2)	0.203
Literasi Digital (X3)	0.138
Minat (Z)	0.382
$(\alpha) = 0.332$	

Hipotesis

1. Uji t

Uji t parsial dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital dan minat, dan variabel dependen pembayaran ZISWAF secara *online*. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2020). Jumlah sampel dalam penelitian ini $N=100$ sehingga derajat kebebasan (df) diperoleh 95.

Tabel 9.
Tabel Hasil Uji t

Variabel Independent	t hitung	t tabel	Sig.
Persepsi kemudahan (X1)	3.877	1.985	0
Perspepsi Manfaat (X2)	2.911	1.985	0.004
Literasi Digital (X3)	1.962	1.985	0.053
Minat (Z)	6.17	1.985	0
$(\alpha) = 0.05$			

- Variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki t hitung sebesar 3.877 dengan nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh sangat signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara *online*. Hal ini berarti semakin mudah platform digital digunakan oleh Generasi Z, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya dalam pembayaran ZISWAF. Persepsi kemudahan mencakup aspek-aspek seperti kemudahan dalam belajar, kemudahan penggunaan, dan kejelasan sistem. Generasi Z, yang umumnya sangat akrab dengan teknologi digital, cenderung memilih platform yang menawarkan antarmuka sederhana dan cepat dipahami. Kemudahan ini memberikan pengalaman yang lebih efisien, yang sangat penting bagi kelompok pengguna yang mengutamakan kenyamanan dalam teknologi digital.
- Variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki t hitung sebesar 2.911 dengan nilai signifikansi 0.004 mengindikasikan bahwa persepsi manfaat juga memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan platform pembayaran ZISWAF. Persepsi manfaat mencakup bagaimana sistem pembayaran digital dianggap memberikan keuntungan, seperti meningkatkan produktivitas, mempercepat proses, atau mempermudah transaksi. Bagi Generasi Z, manfaat ini relevan karena mereka cenderung memilih teknologi yang dapat memberikan nilai tambah atau efisiensi dalam aktivitas sehari-hari. Dengan adanya manfaat yang dirasakan, Generasi Z akan lebih terdorong untuk menggunakan sistem pembayaran ZISWAF secara *online*, terutama jika mereka melihat bahwa teknologi tersebut memberikan pengalaman yang lebih baik dibandingkan cara konvensional.
- Variabel Literasi Digital (X3) memiliki t hitung sebesar 1.962, yang lebih kecil dari t tabel (1.985), dengan nilai signifikansi 0.053. Ini berarti literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pembayaran ZISWAF. Meskipun literasi digital dianggap penting dalam mengakses dan menggunakan teknologi, dalam konteks Generasi Z yang dikenal sebagai "digital natives", literasi digital mungkin tidak lagi menjadi variabel kritis. Generasi ini sudah terbiasa menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kemampuan mereka dalam mengakses dan menggunakan platform digital bukanlah hal yang menentukan dalam keputusan mereka untuk menggunakan sistem pembayaran ZISWAF. Dalam kata lain, literasi digital sudah menjadi dasar yang mereka miliki, sehingga tidak memberikan dampak tambahan terhadap minat mereka.
- Variabel Minat (Z) memiliki t hitung sebesar 6.170 dengan nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa minat memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara *online*. Minat mencerminkan ketertarikan dan motivasi individu untuk menggunakan platform digital. Generasi Z yang memiliki minat tinggi terhadap teknologi cenderung lebih aktif dalam mencari cara-cara baru untuk melakukan pembayaran, termasuk pembayaran ZISWAF secara *online*. Faktor ini menunjukkan bahwa keputusan mereka untuk menggunakan platform digital tidak hanya didasarkan pada aspek fungsional, tetapi juga pada preferensi pribadi dan ketertarikan mereka terhadap teknologi modern. Semakin tinggi minat mereka

terhadap kemudahan teknologi digital, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengadopsi metode pembayaran berbasis digital, termasuk untuk tujuan amal.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk meguji apakah model regresi yang di bangun signifikan, yang mana apakah semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk memastikan signifikasi, nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel. Derajat kebebasan yang dihitung ($df_1 = 4$) dan ($df_2 = 95$) untuk residual ($n - k - 1 = 100 - 4 - 1$) dan berdasarkan tabel distribusi F diperoleh Nilai F tabel 2,47 pada taraf signifikan 0,05.

Tabel 10.
Tabel Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Sig.
256.077	2.47	0
Taraf signifikan = 0.05		

3. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.912 atau 91,2%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel pembayaran ZISWAF dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, literasi digital dan minat dan sisanya 8,8% variabel pembayaran ZISWAF dijelaskan oleh faktor - faktor lain di luar model yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 11.
Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	0.912

SIMPULAN

Studi ini menemukan bahwa minat Generasi Z dalam pembayaran ZISWAF secara *online* dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh persepsi kemudahan. Semakin mudah platform digunakan, semakin tertarik Generasi Z untuk menggunakannya. Persepsi keuntungan platform, yang mencakup peningkatan efisiensi dan kemudahan transaksi, sangat berpengaruh. Generasi Z yang sudah mahir dalam teknologi tidak menganggap literasi digital sebagai komponen penting dalam membuat keputusan, meskipun penting untuk menjaga keamanan transaksi. Akibatnya, literasi digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, minat memiliki pengaruh yang sangat besar dan bermanfaat, yang menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap teknologi terkait dengan kemungkinan menggunakan layanan pembayaran ZISWAF. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa platform pembayaran ZISWAF harus fokus pada pengalaman pengguna yang mudah dan efisien, sambil mempromosikan manfaat teknologi untuk meningkatkan adopsi di kalangan Generasi Z, dengan hipotesis terkait persepsi kemudahan, manfaat, dan minat diterima, sedangkan literasi digital ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. N. A. (2024). Perilaku Masyarakat Dalam Berinfak Dan Sedekah Melalui Digital Payment: Pendekatan Model Utaut-3 (Studi Kasus Generasi Z Di Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia*, 3.
- Aini, S. A., Wijayantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*,

- 1(3), 493–503. <https://doi.org/10.32528/Nms.V1i3.83>
- Akbar, F. I., & Burhan, M. U. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (Zis) Pada Lembaga Zakat. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 2(3), 465–476.
- Andriyaningtyas, I., Adam, M., & Herianingrum, S. (2022). Penerimaan E-Wallet Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4). <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I4.4772>
- Arwanita, D. (2022). Pengaruh Manfaat Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf Melalui BSI Mobile. *UIN Raden Intan Lampung*.
- ASMI, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar Ziswaf Melalui Shopee Pada Generasi Z Kabupaten Karanganyar. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 875–882. <https://doi.org/10.47065/Ekuitas.V3i4.1549>
- BAZNAS. (2020). BAZNAS Ajak Masyarakat Zakat Digital. *Badan Amil Zakat Nasional*.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant Of Behavioral Intention To Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role Of Knowledge Of Zakat. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/Ziswaf.V9i1.13330>
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol*, 62(1), 82–89. www.bni.co.id
- Febiana, N., Tandjung, H., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 291–313. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V5i2.806>
- Hayati, N. H. K., Sobana, D. H., & Haris, I. A. (2022). Analisis Zakat Pt. Bank Muamalat Indonesia : Firm Size, Roa, Dengan Laba Operasional Sebagai Intervening. *Finansha: Journal Of Sharia Financial Management*, 3(2), 27–42. <https://doi.org/10.15575/Fjsfm.V3i2.20867>
- Hidayah, R. N. (2017a). Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (Ziswaf). *Intelektualita*. <https://doi.org/10.19109/Intelektualita.V6i1.1305>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022a). Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Pada Masa Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31294/Widyacipta.V6i1.12200>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022b). Persepsi Generasi Z Pada Penggunaan E-Wallet Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74. <http://ejournal.bsi.ac.id/Ejurnal/Index.php/Widyacipta>
- Lailatul, N., Puspita, B., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto). *Islamic Economic And Finance Journal*, 4(1).
- Mareta, Y. (2023). Determinants Of Interest Using Qris As A Payment Technology For E-Wallet By Z. *Generation In Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.36418/Syntax>

- Mauludin, M. R., & Herianingrum, S. (2022a). Pengaruh Digital Zakat Terhadap Penghimpunan Zakat Dan Kinerja Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/Vol9iss20221pp47-58>
- Mohammad Irham Rasyid, A., & Hannase, M. (2021). Dampak Zakat Terhadap Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi Nasional. *Jurnal Sosial Sains*, 1(9), 957-967. <https://doi.org/10.36418/Sosains.V1i9.193>
- Nandiroh, U. (2024). Analisis Implementasi Good Amil Governance Berdasarkan Zakat Core Principle Di Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus: LAZ Nurul Hayat, Malang). *Warta Ekonomi*, 7(1), 44-58.
- Nur Ifriza, Y., Yudo Jayanto, P., Sam, M., Ilmu Komputer, J., Negeri Semarang, U., & Akuntansi, J. (2023). Implementasi Penguatan Literasi Ziswaf Digital Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Strategi Pembayaran Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ). *Jurnal Abdi Negeri*.
- Panggabean, N. A. (2023). *Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan E-Wallet*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/9836/%0Ahttp://etd.uinsyahada.ac.id/9836/1/1940100183.pdf>
- Purwanti, D. (2020). Pengaruh Zakat, Infak, Dan Sedekah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 101. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V6i1.896>
- Santoso, A. (2024). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat Di Indonesia. *Uii*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/49705>
- Sari, S. M., Sudaryanti, D., Alrasyid, H., & Malang, U. I. (2023). Optimalisasi Pendayagunaan Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Pada Sektor Umkm (Studi Kasus Baznas Microfinance Desa Sawojajar Malang). *Islamic Economic And Finance Journal*.
- Setyaningrat, D., Annas Mushlihin, I., & Zunaidi, A. (2023). Strategi Digitalisasi Untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceedings Of Islamic Economics, Business And Philanthropy*, 2(1), 54-76. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D. Alfabeta. Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. *Bandung: Alfabeta.*, 3, 32-39.
- Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniawati, M. R. (2022). Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology Of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/Vol9iss20224pp439-452>
- Suroso, H. N. (2022). Optimalisasi Pembayaran Zakat Dalam Inklusi Keuangan Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3593. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V8i3.5681>
- Wiyono, A. S., Ancok, D., & Hartono, J. (2008). Aspek Psikologis Pada Implementasi Sistem Teknologi Informasi. *Konferensi Dan Temu Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Indonesia*.