



**PERAN MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI, LITERASI
DIGITAL DAN PROMOSI SOSIAL MEDIA DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN DALAM MEMBAYAR
ZAKAT SECARA ONLINE**

Nur Jamaludin¹, Aprilia Dewi Soleha²
Universitas Cendekia Abditama, Indonesia
nurjamaludin@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the effect of technology acceptance, promotion and digital literacy models on muzzaki's decision to pay zakat online. The sample of this research is muzzaki, Cipondoh District, Tangerang City, who already work or have income. The analytical technique used in this research is descriptive quantitative by using analysis technique Partial Least Square (PLS) or Smart PLS Version 3.0. The method used in this study is a quantitative method with the research instrument in the form of a questionnaire. Respondents in this study amounted to 80 people who were determined using a purposive sampling technique with muzzaki criteria, Cipondoh District, Tangerang City, who were already working or had income. The results showed that each variable, namely the technology acceptance model (X1), digital literacy (X3) and trust (Z) had a positive and significant effect on the muzzaki's decision to pay zakat online (Y) with a t-count value of 2,637 p-value. $0.009 > 0.05$, t-count 2.288 p-value $0.023 > 0.05$, and t-count 6.278 p-value $0.000 > 0.05$. While promotion (X2) has no significant effect on the decision of muzzaki to pay zakat online with a t-count value of 0.341 p-values $0.733 < 0.05$.

Keywords: Technology Acceptance Model, Promotion, Digital Literacy and Decision.

INTRODUCTION

Zakat merupakan instrumen ekonomi untuk mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat. Khususnya, penyaluran zakat diprioritaskan kepada orang-orang yang benar-benar kekurangan harta. Ajaran moral zakat menekankan pada nilai-nilai keadilan dalam Islam bahwa yang membutuhkan mendapat perhatian sosial bagi yang memiliki. Selain memiliki aspek muamalah yaitu adanya hubungan sosial antara sesama manusia dan zakat, zakat juga memiliki aspek ibadah yang merupakan proses pengabdian kepada Allah SWT. . (Saeful Anwar, 2016).

Dengan adanya Undang-Undang pengelolaan Zakat, BAZNAS dituntut untuk lebih optimal dalam melakukan tugas dan fungsinya. Dimana sampai sejauh ini realisasi penerimaan zakat belum maksimal, sedangkan potensi dana zakat setiap tahunnya di Indonesia sangat besar namun sangat disayangkan realisasi zakat jauh dari potensi yang ada. 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. Namun, masih belum optimal untuk menangkap potensi zakat di Indonesia. Terdapat beberapa faktor penyebab rendahnya efektifitas penerimaan zakat yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang masih memutuskan untuk membayar zakat secara tradisional seperti mendatangkan amil atau mengirim amil ke setiap rumah. Hal tersebut bahwasanya masyarakat

lebih merasa nyaman dan afdol memberikan zakatnya langsung kepada yang berhak menerimanya atau melalui masjid-masjid dibandingkan pada lembaga dibawah pengawasan pemerintah.

Faktor lainnya yang membuat rendahnya penerimaan dana zakat oleh BAZNAS ialah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga pengelola zakat, akan minim akses terhadap BAZNAS dan informasi mengenai penggunaan dana zakat yang telah disalurkan, masalah ini berdampak pada kepercayaan muzaki. Kurangnya kepercayaan muzaki pada lembaga zakat akan menyebabkan banyaknya muzaki enggan menyalurkan zakat mereka melalui OPZ, mereka akan lebih menyalukannya sendiri untuk mustahik.

Disisi lain teknologi digital merupakan suatu sistem teknologi yang dimana tenaga manusia atau manual tidak lagi dipergunakan. Sistem digital ini merupakan dari sistem analog, pengoprasian sistem yang otomatis mengarah pada digitalisasi, dengan menggunakan format yang mampu dibaca oleh komputer. Perubahan sistem dari analog kedigital sudah banyak mengubah hal hingga eksistensi media cetak pun teracam. Saat ini media cetak pun berpindah alih pada teknologi online yang lebih fleksibel, karena mampu menghasilkan informasi terbaru kapanpu dan dimanapun. Serta penyampaian yang lebih hidup mampu menarik pengiklan (Rustam Aji, 2016). Sebagian besar, teknologi telah disajikan sebagai alat untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Teknologi juga sudah dapat digunakan manusia untuk mempermudah melakukan segala hal, baik

itu tugas maupun pekerjaan. Saat ini teknologi memiliki peran penting yaitu membawa kebudayaan manusia memasuki era digital. Pada abad digital ini perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi semakin, meningkat. Perkembangan IPTEK yang meningkat pertanda bahwasanya dunia sudah merambah era globalisasi. Dampaknya dari era globalisasi ini bukan hanya sekedar ilmu pengetahuan dan teknologi saja, tetapi sebagian sektor lainnya juga ikut dalam arus ini yakni sosial, politik, dan kebudayaan (Ridho Laksono, 2016).

Penetrasi pengguna Internet dari hasil survey pada tahun 2019-2020 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyatakan bahwa pengguna internet mencapai 196.71 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia pada tahun 2019-2020 sebanyak 266.91 juta orang. Dan tercatat pulau Jawa terbesar sekitar 56,45%. Di pulau Sumatra sekitar 22,1%, di Sulawesi 7,0%, pulau Kalimantan 6,3%, kemudian di pulau Bali dan Nusa Tenggara 5,2% serta Maluku dan Papua 3,0% pengguna Internet. Jika kita cermati pengguna internet berdasarkan umur di Indonesia terbanyak diantaranya usia 15-19 tahun yaitu mencapai 14,1% (APJII, 2020).

Saat ini BAZNAS termasuk lembaga yang memasarkan jasa berupa amal donasi yang memiliki strategi berbeda dari perusahaan-perusahaan yang memasarkan jasa-jasa lainnya. Penggunaan strategi *e-paymnet* yang merupakan salah satu pengembangan sistem teknologi yang handal untuk menyajikan data penerimaan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat secara Nasional. Keberadaan Organisasi

Pengelola Zakat (OPZ) khususnya pada Badan Amil Zakat Nasional saat ini dapat dinikmati manfaatnya oleh masyarakat yang sedang kesulitan. BAZNAS berupaya untuk membantu kesulitan masyarakat miskin dengan berbagai macam programnya.

Banyak lembaga amil zakat di Indonesia khususnya di Kota Tangerang, dapat memudahkan umat Islam untuk membayar zakatnya. Kepercayaan adalah hal utama yang harus dimiliki oleh semua umat muslim, kepercayaan muzaki terhadap lembaga amil zakat sangatlah penting terhadap keputusan muzaki untuk bisa membayar zakatnya di lembaga tersebut. Untuk itu berbagai macam cara dari segi komunikasi informasi dilakukan oleh pihak BAZNAS Kota Tangerang, agar dana dari para muzaki dapat terkumpul dan tersalurkan secara baik dan merata kepada mustahik. Maka hal tersebut membuat BAZNAS Kota Tangerang melakukan promosi dan literasi digital dengan menggunakan konsep model berketerimaan teknologi yaitu *Technology Acceptance Model*, model ini menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat baginya. Konsep TAM dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action – TRA*) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). Dalam TAM, penerimaan pemakaian SI (sistem informasi) ditentukan oleh dua Faktor kunci yaitu *perceived usefulness* dan *perceived easy of use*. *Technology Acceptance Model* merupakan sebuah model penerimaan individu terhadap teknologi yang baru, dalam *Technology Acceptance Model*, kemudahan penggunaan

dan manfaat sebuah teknologi dipercaya membentuk sikap yang pada akhirnya menjadi keputusan perilaku untuk menggunakannya. Hal tersebut dapat membantu para muzaki dalam menentukan pembayaran zakatnya. Sehingga, dengan melakukan pengumpulan dana zakat melalui cara *Technologi Acceptance Model*, muzaki dapat mengetahui adanya pembayaran zakat secara *e-payment*.

Dengan melalui kepercayaan sebagai *variable intervening* bahwa kepercayaan dalam pembayaran *online* merupakan faktor yang sangat penting dikarenakan rasa percaya dapat mengurangi ketidakpastian yang dirasakan masyarakat ketika suatu produk dan kinerja sebuah sistem tidak diketahui. Kondisi seperti itu dapat ditemukan dalam ruang lingkup pembayaran secara digital dikarenakan pengetahuan masyarakat atas produk terbatas hanya dari informasi yang tersedia tanpa bisa mengetahui proses pengelolaannya. Oleh karena itu, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan saat membentuk sebuah *website* agar dapat memperoleh kepercayaan dari pengguna *website* untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat membayar zakat.

Maka dari itu BAZNAS Kota Tangerang melakukan promosi, digital literasi dan *Technology Acceptance Model* melalui Kepercayaan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap membayar zakat, serta Menyediakan fasilitas zakat *digital* agar dapat memudahkan masyarakat membayar zakat. Dengan *Technologi Acceptance Model* dan menyediakan fasilitas pembayaran zakat secara *e-payment*, diharapkan dapat membantu meningkatkan dana zakat serta pengetahuan para muzakki dalam membayar zakat, maka peneliti

bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Technology Acceptance Model*, Promosi dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Muzzaki Membayar Zakat Secara *Online* (Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening)** “.

LITERATURE REVIEW

Pengertian Zakat

Zakat secara bahasa berasal dari bentukan kata “zaka” yang berarti suci, baik, berkah, tumbuh, dan berkembang. Secara terminologi zakat adalah aktivitas memberikan harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT dalam jumlah dan perhitungan tertentu untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Dalam PSAK No. 109 dijelaskan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh muzzaki sesuai dengan ketentuan syariah untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya (mustahik). Adapun dalam pasal 1 ayat 2 UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat disebutkan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seseorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat islam (Abdulloh Mubarak dan Baihaqi Fanani, 2014).

***Technology Acceptance Model* (TAM)**

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan system informasi adalah model penerimaan teknologi informasi *Technology*

Acceptance Model (TAM). Terdapat dua persepsi pada model penerimaan *Technology Acceptance Model* yaitu:

1. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness atau Persepsi Kegunaan yang dirasakan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. (Hartono, 2007). Yang artinya niat penggunaan konsumen suatu sistem dapat dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi mereka tentang kegunaannya. (Khayati dan Zouaoui 2013) juga mengidentifikasi bahwa kegunaan yang dirasakan sama dengan harapan kinerja TAM dan mewakili keuntungan dalam kinerja yang dapat dicapai seseorang saat menggunakan teknologi baru.

2. *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease Of Use atau Persepsi Kemudahan yang dirasakan pengguna adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Dengan kata lain, seseorang akan lebih menggunakan aplikasi diompet seluler jika merasa mudah atau tidak terlalu susah payah untuk menggunakannya.

Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi memuat informasi kepada tindakan penukaran dan pembelian atau alat informasi satu arah bagi seseorang.

Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Menurut Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan yang bersangkutan. Adapun tujuan promosi adalah:

1. *Informing*
2. *Persuading*
3. *Reminding*

Literasi Digital

Istilah literasi digital diperkenalkan oleh Paul Gilster pada tahun 1997 dalam bukunya *Digital Literacy* (Shopova, 2014). Literasi digital adalah kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk menggunakan peralatan dan fasilitas digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, membuat ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain, dalam konteks situasi kehidupan tertentu, untuk memungkinkan tindakan sosial yang konstruktif; dan untuk merefleksikan proses ini (Martin, 2006).

Martin (2005) menyatakan bahwa literasi digital melibatkan gabungan dari beberapa jenis literasi, yaitu literasi teknologi informasi, literasi informasi, literasi teknologi, literasi media, dan literasi visual yang mendapat peran baru sehingga menjadi semakin penting dengan munculnya lingkungan digital. Untuk melek secara digital, seseorang tidak hanya memahami bagaimana memperoleh informasi dari web, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memahami dan mengumpulkan informasi dari sumber cetak atau digital yang berbeda (Gilster & Watson, 1997). Literasi digital merujuk pada adanya upaya mengenal, mencari, memahami, menilai dan menganalisis serta menggunakan teknologi digital.

Pengambilan Keputusan Membayar Zakat Secara *Online*

Didalam mengambil suatu keputusan harus ada pertimbangan-pertimbangan dalam mengambil keputusan agar tidak salah dalam mengambil suatu keputusan. Menurut (James A.F Stoner), keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian yaitu:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan.
2. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik.
3. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.

Dari pengertian keputusan tersebut dapat diperoleh pemahaman bahwa, keputusan merupakan suatu pemecahan permasalahan sebagai

suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan suatu alternatif dari beberapa alternatif.

Kepercayaan

Kepercayaan secara umum dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu political trust (kepercayaan politik) dan social trust (kepercayaan sosial). Dalam persepektif politik, kepercayaan terjadi ketika menilai lembaga pemerintah dan para pemimpinnya dapat memenuhi janji, efisien, adil dan jujur. Kepercayaan terhadap lembaga zakat sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzakki yakni lembaga profesional, amanah dan transparan. Disampingakan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan.

Pembayaran Zakat Secara Online Menurut Hukum Islam

Menurut Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Hasanuddin Abdul Fatah. Menurut secara hukum Islam zakat yang disalurkan melalui media online tidak menjadi masalah. Justru menurutnya, zakat online bisa memudahkan masyarakat dalam menunaikan zakatnya serta memudahkan muzaki menyalurkan zakatnya sah-sah saja, secara hukum tidak dijadikan masalah. Namun, tak luput pula berharap supaya lembaga amil zakat tetap bertanggung jawab walaupun disalurkan secara online, serta yang dilakukan sesuai dengan prinsip dalam ketentuan syariah. Zakat maal dalam

perhitungannya ialah dimaksud dengan zakat yang dikenakan atas uang, emas, surat berharga, dan asset yang disewakan telah dijelaskan oleh firman Allah dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 103, Peraturan Menteri Agama No. 52/2014 dan pendapat Shaikh Yusuf Qardhawi.

Pandangan Syariah terhadap Pembayaran Zakat Secara Online

Dalam layanan pembayaran zakat secara online ini pihak Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang tetap mempertimbangkan dari segi syariatnya sehingga hal-hal yang dianggap perlu dan harus ada dalam pembayaran zakat tetap menjadi prioritas dalam mengeluarkan sebuah layanan bagi para donatur. Sehingga, layanan pembayaran zakat *online* ini tetap dianggap sah sesuai dengan syariat Islam.

RESEARCH METHOD

Metode pada penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat melalui berbagai tes serta pengolahan data. Alat ukur untuk pengolahan data primer dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) atau Smart PLS Versi 3.0. PLS merupakan Teknik *prediction – oriented* dimana pendekatan PLS secara khusus berguna untuk memprediksi variable dependen yang melibatkan sejumlah besar variable Independen. *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk memeriksa keandalan suatu model dan validitas konstruksi dari kerangka teoritis tertentu dan juga memungkinkan konstruksi untuk

diperkirakan secara bersamaan. Selain itu, parameter dan koefisien jalur struktural juga diuji menggunakan pendekatan ini. Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang yang berjumlah 100 muzakki (BAZNAS Kota Tangerang). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 muzakki. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan Skala Likert yang memiliki rentang nilai 1 sampai 5.

Penelitian ini fokus kepada Pengaruh *Technology Acceptance Model*, Promosi dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Secara *Online* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang. Berfokus kepada pengaruh dengan cara metode perhitungan berupa angka-angka, statistik, table dan grafik. Dengan tujuan menganalisis variabel-variabel menggunakan teori yang objektif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *non- probability sampling*, yaitu *Purposive Sampling* dengan kriteria sumber data yang dijadikan sampel sudah ditentukan. Ketika peneliti menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form* terdapat jumlah responden 80 muzakki yang menjawab dari hasil penelitian. Teknik Analisa penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* .

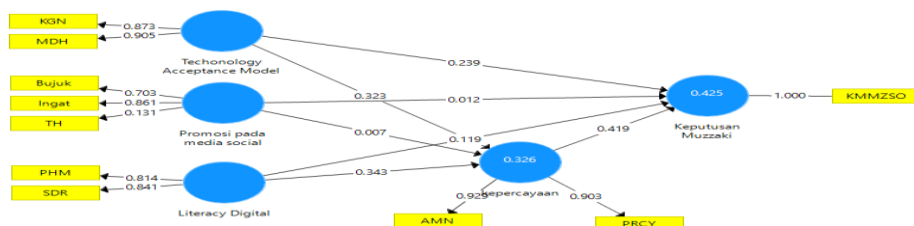
Uji Instrumen penelitian meliputi uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak penelitian tersebut dan dilakukan dengan

cara membandingkan r hitung dengan tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, Tahapan uji validitas menggunakan PLS melalui dua tahapan pengujian yaitu, *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. Uji reliabilitas yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha Coefficient* guna mengetahui internal consistency dan nilainya harus diatas 0,6. Tahap ke dua dalam evaluasi model yaitu struktural model (*Inner Model*) ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (inner model) yaitu nilai R-Square, Koefisien Jalur, Predictive Relevance dan Model Fit.

RESULT AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada muzakki Kecamatan Cipondoh, pada bulan Juni 2021 dan jumlah responden sebanyak 80 muzakki dengan karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dengan hasil responden yang melakukan membayar zakat secara online sebagian besar adalah perempuan dengan nilai persentase sebesar 61%. Usia responden didominasi pada usia 22-49 tahun dengan nilai presentase 90% dan sisanya berusia 50 tahun. Pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SD/SMP/SMA sebesar 45%. Pekerjaan dari responden umumnya adalah pegawai swasta sebanyak 53%. Muzzaki atau orang yang membayar zakat yang mengisi kuesioner penelitian ini memiliki penghasilan yang variatif. Sebanyak 66% responden memiliki penghasilan kurang dari Rp. 5.000.000,- dari hasil data bahwa sebagian

besar adalah pegawai swasta yang menjadi responden pada penelitian ini dengan jumlah 53 orang dan memiliki nilai persentase sebesar 53%.



Sumber: Hasil Output PLS yang diolah peneliti

Gambar 1
Hasil Uji Model PLS Algorithm (*Loading Factor*)

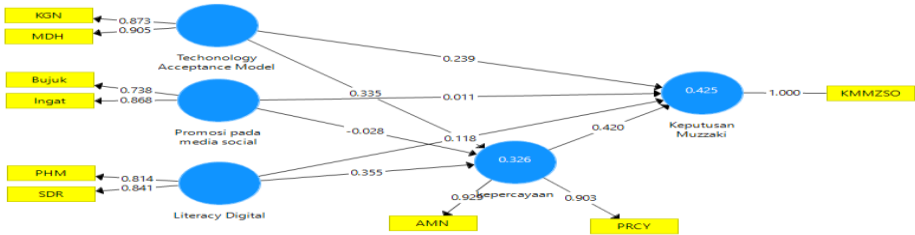
Tabel 1
Hasil Uji (*Loading Factor*)

Matrix	Keputusan Mu...	Literacy Digital	Promosi pada ...	Techonology A...	kepercayaan
AMN					0.929
Bujuk			0.703		
Ingat			0.861		
KGN				0.873	
KMMZSO	1.000				
MDH				0.905	
PHM		0.814			
PRCY					0.903
SDR		0.841			
TH			0.131		

Sumber: Hasil Output PLS yang diolah peneliti

Output yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat satu indikator yang nilainya kurang dari 0,7 yaitu *informing* (memberitahu)

dengan nilai 0,131. Nilai *factor loading* di atas 0,7. indikator pada tabel tersebut yang nilainya kurang dari 0,7 harus dihapus dari model struktural untuk dapat melakukan analisa selanjutnya, sehingga model struktural saat ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Gambar 2

Hasil Uji Model PLS Algorithm Setelah Eliminasi

Tabel 2

Hasil Uji Loading Factor Setelah Eliminasi

Outer Loadings

Matrix	Keputusan Mu...	Literacy Digital	Promosi pada ...	Technology A...	kepercayaan
AMN			0.738		0.929
Bujuk			0.868		
Ingat				0.873	
KGN				0.873	
KMMZSO	1.000				
MDH				0.905	
PHM		0.814			
PRCY					0.903
SDR		0.841			

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Tabel 3

Nilai Average Variant Extracted

Variabel	Nilai AVE
Technology Acceptance	0.737

Model	
Promosi Pada Media Sosial	1.000
Literacy Digital	1.000
Kepercayaan	0.810
Keputusan Muzzaki Membayar Zakat Secara Online	1.000

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3 di atas, penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,5 yang berarti setiap variabel dalam model penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik dan tidak ada masalah *convergent validity* pada model yang diuji. Sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4

	X1	X2	X3	Z	Y
X1 (TAM)	0.890	0.446	0.343		0.499
X2 (Promosi pada Media Sosial)		1.000	0.250		0.303
X3 (Literacy Digital)			1.000		0.375
Z (Kepercayaan)	0.480	0.279	0.420	0.916	0.596
Y (Keputusan Muzzaki membayar Zakat)					1.000

Secara Online)					
----------------	--	--	--	--	--

Hasil Uji *Fornell-Lacker Criterion*

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Dari hasil output *Fornell-Lacker Criterion* diatas menunjukkan bahwa nilai *loading* dari masing – masing variabel terhadap konstruknya baik X1, X2, X3 dan Y memiliki nilai lebih besar dari pada *cross loading* nya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 5
Cross Loading

	X1	X2	X3	Z	Y
Kegunaan	0.873	0.290	0.249	0.340	0.465
Kemudahan	0.905	0.491	0.354	0.503	0.426
Mengingat	0.446	1.000	0.250	0.279	0.303
Kesadaran	0.343	0.250	1.000	0.420	0.375
Keamanan	0.452	0.259	0.447	0.931	0.587
Dapat diPerercaya	0.426	0.251	0.311	0.901	0.500
Keputusan Muzzaki	0.499	0.303	0.375	0.596	1.000

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Tabel *cross loading* diatas sudah cukup menjelaskan bahwa setiap indikator yang mewakili masing – masing variabel memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel diluar indikator tersebut. Sehingga seluruh variabel penelitian ini sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 6
Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
X1	0.883	0.737
X2	1.000	1.000
X3	1.000	1.000
Z	0.913	0.810
Y	1.000	1.000

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Nilai *Composite Reliability* pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai lebih dari 0,7 dan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas minimum nilai yang diisyaratkan.

Tabel 7
R-Square

Konstruk	<i>R-Square</i>
Keputusan Muzzaki Mmembayar Zakat Secara Online	0.426
Kepercayaan	0.306

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

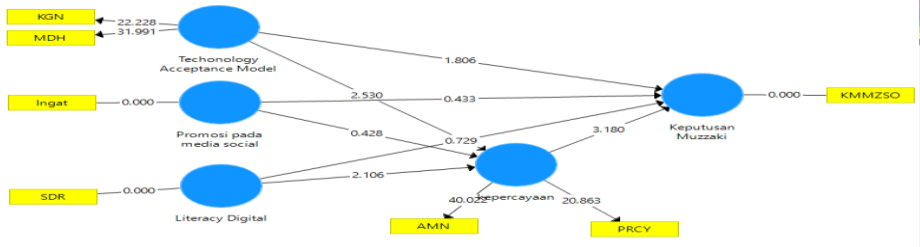
Tabel di atas menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0,426 artinya 57% keputusan muzzaki membayar zakat secara online dipengaruhi oleh seluruh variabel X yaitu *Technology Acceptance Model*, Promosi dan *Literacy Digital* sedangkan sisanya sebesar 0,306 artinya 43% dipengaruhi oleh variabel penghubung yaitu Kepercayaan.

Tabel 8
Path Coefficient

Path Coefficients

Matrix	Path Coefficients				
	Keputusan Mu...	Literacy Digital	Promosi pada ...	Techonology A...	kepercayaan
Keputusan Mu...					
Literacy Digital	0.103				0.284
Promosi pada ...	0.054				0.046
Techonology A...	0.235				0.362
kepercayaan	0.425				

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* dalam gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Technology Acceptance Model dan Kepercayaan memiliki hubungan positif terhadap Keputusan muzzaki membayar zakat secara online. Sedangkan variabel X2 Promosi pada media sosial dan Literasi Digital memiliki hubungan negative dengan nilai -0.054, -0.103 dengan Keputusan Muzakki membayar zakat secara online.



Gambar 3
Model Bootstrapping

Tabel 9
T-Statistics (Bootstrapping)

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Cor...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (IQ/...	P Values
Literacy Digital -> Keputusan Muzzaki	0.103	0.103	0.141	0.729	0.466
Literacy Digital -> kepercayaan	0.284	0.268	0.135	2.106	0.036
Promosi pada media social -> Keputusan Muzzaki	0.054	0.055	0.125	0.433	0.665
Promosi pada media social -> kepercayaan	0.046	0.044	0.108	0.428	0.669
Techonology Acceptance Model -> Keputusan Muzzaki	0.235	0.224	0.130	1.806	0.071
Techonology Acceptance Model -> kepercayaan	0.362	0.378	0.143	2.530	0.012
kepercayaan -> Keputusan Muzzaki	0.425	0.430	0.134	3.180	0.002

Berdasarkan Tabel di atas maka dapat hasil uji hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

a. *Technology Acceptance Model* berpengaruh pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

H0 : *Technology Acceptance Model* berpengaruh secara signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

H1 : *Technology Acceptance Model* berpengaruh tidak signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

b. Promosi Pada Media Sosial berpengaruh pada pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

- H0 : Promosi Pada Media Sosial berpengaruh secara signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.
- H1 : Promosi Pada Media Sosial berpengaruh tidak signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.
- c. Literasi Digital berpengaruh pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.
- H0 : Literasi Digital berpengaruh tidak signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.
- H1 : Literasi Digital berpengaruh secara signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.
- d. *Technology Acceptance Model* berpengaruh pada kepercayaan.
- H0 : *Technology Acceptance Model* berpengaruh secara signifikan pada kepercayaan.
- H1 : *Technology Acceptance Model* berpengaruh tidak signifikan pada kepercayaan.
- e. Promosi Pada Media Sosial berpengaruh pada kepercayaan.
- H0 : Promosi Pada Media Sosial berpengaruh secara signifikan pada kepercayaan.
- H1 : Promosi Pada Media Sosial berpengaruh tidak signifikan pada kepercayaan.
- f. Literasi Digital berpengaruh pada keputusan.

H0 : Literasi Digital berpengaruh secara signifikan pada kepercayaan.

H1 : Literasi Digital berpengaruh tidak signifikan pada kepercayaan.

g. Kepercayaan berpengaruh pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

H0 : Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

H1 : Kepercayaan berpengaruh secara signifikan pada keputusan muzzaki membayar zakat secara online di BAZNAS Kota Tangerang.

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis

Variabel X	Variabel Z	Variabel Y	t hitung dan p Values	Keterangan
<i>Technology Acceptance Model</i>	Kepercayaan	Keputusan Muzzaki Membayar Zakat Secara Online	0.071 dan 1.806	H0 diterima H1 ditolak
Promosi Pada Media Sosial			0.665 dan 0.433	H0 diterima H1 ditolak
Literasi Digital			0.466 dan 0.729	H0 diterima H1 ditolak
<i>Technology Acceptance Model</i>			0.012 dan 2.530	H0 ditolak dan H1 diterima

Promosi Pada Media Sosial			0.669 dan 0.428	H0 di tolak dan H1 diterima
Literasi Digital			0.036 dan 2.106	H0 di tolak dan H1 diterima
Kepercayaan			0.002 dan 3.180	H0 di tolak dan H1 diterima

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah peneliti

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel *Technology Acceptance Mode*, Literasi Digital melalui Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Muzzaki Membayar Zakat secara Online.

Tabel 11
Construct Cross Validated Redundancy

Construct Crossvalidated Redundancy

Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5	Case
		SSO		SSE		Q ² (= 1-SSE/SSO)
Keputusan Mu...		80.000		51.347		0.358
Literacy Digital		80.000		80.000		
Promosi pada ...		80.000		80.000		
Techonology A...		160.000		160.000		
kepercayaan		160.000		124.590		0.221

Tabel di atas menunjukkan dalam penelitian ini Q² memiliki nilai 0,358 pada variable Y yaitu keputusan muzzaki membayar zakat secara online, dan nilai Q² pada Variabel penghubung yaitu Kepercayaan memiliki nilai 0,221 sehingga bisa di katakan apabila nilainya diatas 0 maka artinya penelitian ini memiliki nilai observasi yang baik.

Tabel 12
Model Fit

Model_Fit

	Saturated Model	Estimated Mo...
SRMR	0.066	0.066
d_ULS	0.123	0.123
d_G	0.118	0.118
Chi-Square	62.942	62.942
NFI	0.682	0.682

Tabel diatas menunjukkan model Fit yang ditunjukkan oleh nilai NFI yang dimiliki adalah 0,682 artinya 70% modal pada penelitian ini dikatakan layak uji.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan pada bab sebelumnya, hasil penelitian mengenai Pengaruh Technology Acceptance Model, Promosi dan Lierasi Digital Terhadap Keputusan Muzzaki Membayar Zakat Secara Online dapat disimpilkan sebagai berikut:

1. *Technology Acceptance Model* terhadap keputusan muzakki membayar zakat secara *online* menunjukkan hubungan yang positif dengan nilai 1,806 dan dinyatakan tidak signifikan dengan nilai *P values* 0,071 yang artinya H0 diterima dan H1 ditolak.

2. Promosi terhadap keputusan muzakki membayar zakat secara online menunjukkan hubungan positif dengan nilai 0,443 dan dinyatakan tidak signifikan dengan nilai *P-value* sebesar 0,665 yang berarti H0 ditolak dan H1 diterima.
3. Variabel Literasi Digital terhadap keputusan muzakki membayar zakat secara *online* menunjukkan hubungan positif dengan nilai 0,729 dan dinyatakan tidak signifikan dengan nilai *P-value* sebesar 0,446 yang artinya H0 diterima dan H1 ditolak.
4. *Technology Acceptance Model* berpengaruh langsung terhadap kepercayaan. Dengan hasil uji *technology acceptance model* terhadap kepercayaan di peroleh nilai *p-value* sebesar $2,530 < 0,012$ yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima.
5. Promosi terhadap kepercayaan. Dengan hasil uji promosi terhadap kepercayaan di peroleh nilai dari *p-value* sebesar $0,428 > 0,669$ yang berarti H0 diterima dan H1 ditolak.
6. Literasi Digital berpengaruh langsung terhadap kepercayaan. Dengan hasil uji literasi digital terhadap kepercayaan di peroleh nilai *p-value* sebesar $2,106 < 0,036$ yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima.
7. Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap keputusan muzakki. Dengan hasil uji kepercayaan terhadap keputusan muzakki di peroleh nilai *p-value* sebesar $0,002 < 3,180$ yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima.

REFERENCE

Buku

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, “ Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.’(KEMENAG), h.1-2.

Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M dan Dr. Sunardi M Anwar, Drs., M.M., “*Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis)*” (Jakarta Pusat : PT Inkubator Penulis Indonesia, Cet Ke-1, 2019), t.t., h.45.

Jurnal

Jasafat. 2015 . ‘*Manajemen Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Sadaqah Pada Baitul Mal Aceh Besar*’. Jurnal Al-Ijtima'iyah 1 . <https://jurnal.arraniry.ac.id/index.php/PMI/article/viewFile/250/227>

.Mubarok, Abdulloh dan Baihaqi Fanani. 2014. ‘*Penghimpunan Dana Zakat Nasional (Potensi, Realisasi dan Peran Penting Organisasi Pengelola Zakat)*’. Permana 5 No.2 .2 Februari.

Fitri Maghfirah, “Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online” 12 (Desember 2020): h.5, <https://doi.org/id>.

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. 2010. ‘undang undang republik indonesia nomor 38 tahun 1999-2010’. KEMENAG RI, March.

- Ghazali, “*Aplikasi Multivariante Dengan Program SPSS*,”(Badan Penerbit UNDIP Semarang, 2012)
- Aziz Anwar, “*Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada DPKAD dan Inspektorat Kota Bandung)*,” (Bandung 2015).
- Winanda Qusnul Khatimah dan Meita Larasati, “ *Hubungan Keamanan Persesian Terhadap Intensi Muzakki Membayar Zakat Menggunakan Aplikasi Digital*,”(Univrsitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA 2019).
- Muhammad Donni Lesmana Siahaan, “*Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Kalangan Masyarakat Kampus*,”(Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2019)
- Rustam Aji, “Digitalisasi, Era Tantangan Media; Analisis Krisis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital,” *Islamic Communication Journal* 1, No. 1, Desember 16, 2016, h. 43
- Ridho Laksono, “ Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Proses Alih Media Arsip Statistik,”*Diplomatika: Jurnal Kearsipan Terapan* 1, No. 1 (mei 22, 2018): h.48
- Muhammad Donni Lesmana Siahaan, “*Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Kalangan Masyarakat Kampus*” 6 (2019): 7.

Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII),”Laporan Survei Penetrasi & Peofil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2019-2020

Puji Lestari, Umi Pratiwi, dan Permata Ulfah, “‘E-Governance’ pada Organisasi Pengelola Zakat” 31, no. 1 (2015): 8.

Anh Tho To dan Thi Hong Minh Trinh, “Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment,” *Cogent Business & Management*, 21 Maret 2021, h.5, <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>.

Dede Salim Nahdi dan Mohamad Gilar Jatisunda, “Analisa Literasi Digital Calon Guru SD Dalam Pembelajaran Berbasis Virtual Classroom di Masa Pandmei Covid-19,” *Jurnal Cakrawala Pendas* 6(2) (Juli 2020): h.118, <http://dx.doi.org/10.31949/jcp.v6i1.2133>.

Juliana Kurniawati dan Siti Baroroh, “Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu,” *Jurnal Komunikator* 8(2) (November 2016): h.54.

Regita Cahya Gumilang, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Pembayaran Zakat Yang Dilakukan Secara Online Yang Berafiliasi Dengan BAZNAS Menurut Imam Syafi’i.” 26 (7 Februari 2020): h.6, <https://doi.org/id>.

Skripsi

Endrawati, “Pengaruh Iklan Zakat Melalui Media Online Terhadap

Keputusan Muzakki Membayar Zakat” (Jambi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin.

Tengku Salvina Goldia, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menggunakan Jasa BAZNAS Dalam Penyaluran Zakat”, (Studi Muzakki Tanjung Morawi Deli Serdang), (Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan 20, September 2018) h.12