



**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)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NUZULUL LAILATUL BUNGA PUSPITA

NPM.21901083036



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

MALANG

2023

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Sampel penelitian diambil menggunakan rumus Lemeshow dan melibatkan 96 responden. Tujuan dari penelitian ini mengetahui pengaruh Literasi Digital (X1), Kesadaran Berzakat (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Keputusan Muzakki Membayar zakat Melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan software SPSS untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan menunjukkan bahwa variabel Literasi Digital (X1), Kesadaran Berzakat (X2), dan Kualitas Layanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia. Secara parsial variabel Literasi Digital (X1) dan Kualitas Layanan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Namun, Kesadaran Berzakat (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Dalam penelitian ini menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) dimana pengembangan dari TRA (Theory Reasoned Action) digunakan untuk melihat pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat yang diterima setiap individu yang terdapat pada variabel Literasi Digital (X1) dan Kualitas Layanan (X3).

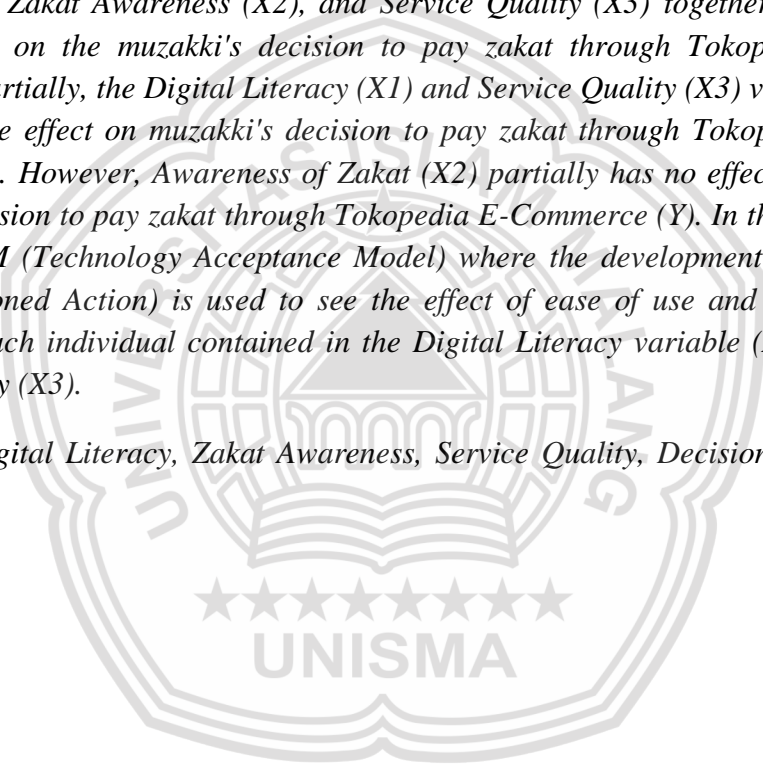
Kata Kunci: Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, Keputusan Membayar Zakat, Keputusan Membayar Zakat.



ABSTRACT

This research is a type of quantitative research using multiple linear regression methods. The research sample was taken using the Lemeshow formula and involved 96 respondents. The purpose of this study was to determine the effect of Digital Literacy (X1), Zakat Awareness (X2), and Service Quality (X3) on Muzakki's Decision to Pay Zakat Through Tokopedia E-Commerce (Y). To analyze the data in this study, SPSS software was used to test the validity, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, F test, coefficient of determination test (R²) and partial test. The results of the study simultaneously show that the variables Digital Literacy (X1), Zakat Awareness (X2), and Service Quality (X3) together have a positive effect on the muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce. Partially, the Digital Literacy (X1) and Service Quality (X3) variables have a positive effect on muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce (Y). However, Awareness of Zakat (X2) partially has no effect on the muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce (Y). In this study using the TAM (Technology Acceptance Model) where the development of TRA (Theory Reasoned Action) is used to see the effect of ease of use and benefits received by each individual contained in the Digital Literacy variable (X1) and Service Quality (X3).

Keywords: Digital Literacy, Zakat Awareness, Service Quality, Decision to Pay zakat.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zakat urutan dalam rukun Islam dimana sejumlah harta yang disalurkan, dikeluarkan dan diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat dan disebut asnaf. Zakat diwajibkan oleh Allah SWT untuk membersihkan harta. Sebagaimana firman Allah QS Al Baqarah 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاٰكِعِيْنَ

Artinya : Dan laksanakan shalat, tunaikan zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.

Zakat merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang memenuhi syarat-syarat tertentu seperti status merdeka (bukan budak), beragama Islam, baligh, dan berakal. Zakat melibatkan pemberian harta yang telah mencapai batas tertentu dengan hak milik penuh, dan sudah mencapai satu tahun. Adapun syarat sah zakat yakni niat memindahkan kepemilikan harta. Untuk membayar zakat penghasilan dapat menggunakan aplikasi online yang aman dan terpercaya yaitu Tokopedia. Zakat yang wajib dizakati salah satunya adalah zakat hasil pendapatan dan jasa bisa disebut dengan zakat profesi. Zakat profesi sebagian dari zakat maal (Lisdiana, 2022)

Di Indonesia, terdapat lembaga nasional yang bertanggung jawab mengelola zakat, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS berperan dalam upaya mengumpulkan dan mendistribusikan zakat, infak,

dan sedekah dari masyarakat, tujuannya untuk menyalurkan kepada yang membutuhkan. Salah satu tujuan utama BAZNAS adalah untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat merupakan peraturan yang mengatur tentang lembaga pengelola Amil Zakat. Undang-Undang ini berlaku sebagai pengganti Undang-Undang sebelumnya yang dikeluarkan pada tahun 1999 (Ichwan, 2020).

Pada tahun 2019, terjadi pertumbuhan potensi zakat di Indonesia yang cukup signifikan yang dapat dicermati melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Pada tahun tersebut, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mencatat bahwa potensi zakat di Indonesia mencapai 233,8 triliun rupiah. Namun, jumlah dana yang berhasil terkumpul masih relatif rendah, yaitu 4,4% atau sebesar 10,2 triliun rupiah. Situasi ini menimbulkan tantangan baru dalam upaya mengatasi kesenjangan antara jumlah zakat yang terkumpul dengan potensi zakat yang sebenarnya (BAZNAS, 2021).

Dalam fiqh kontemporer zakat penghasilan atau zakat pendapatan lebih dikenal dengan zakat profesi. Berdasarkan hasil muktamar internasional pertama mengenai zakat profesi hukumnya wajib apabila sudah mencapai nisab. Nisab harta yang diperoleh dari usaha profesional setara dengan nisab hasil pertanian yaitu 5 wasaq atau setara dengan 750 kg beras. Dalam hal ini, kewajiban zakat adalah 5% atau 10% dari harta yang diperoleh ketika menerima upah dari profesi tersebut (Zen, 2018).

Kewajiban bagi setiap muslim akan zakat, infak, dan sedekah, dengan tujuan untuk membersihkan harta yang dimiliki memiliki nilai yang lebih. Melalui teknologi zakat bisa disalurkan dan hal ini sangat efisien dan bisa dikatakan optimal karena muzakki dapat dengan mudah, kapan saja dan dimana saja membayar zakat. Zakat memiliki manfaat beragam bagi umat muslim, diantaranya terhindar dari ketimpangan sosial, membersihkan dan memberantas akhlak yang buruk, membantu membersihkan dan meningkatkan moral individu dengan menumbuhkan sikap dermawan dan kepedulian sosial, pengembangan potensi masyarakat (pendidikan, kewirausahaan, pelatihan dan bantuan ekonomi), sarana membersihkan harta, ungkapan syukur kepada Allah, dan dukungan moral bagi muallaf (muallaf baru yang membutuhkan bantuan)(Sari, 2019).

Di era digital saat ini telah banyak membawa perubahan mulai dari sistem *offline* ke *online* dimana zaman serba digital, tidak sedikit warga Indonesia sudah menerapkannya sehingga bisa dikatakan *cashless*. Begitupun dengan zakat, infak, sedekah di Indonesia semakin berkembang baik sehingga memberikan kemudahan kepada muzakki dalam penyaluran zakat.

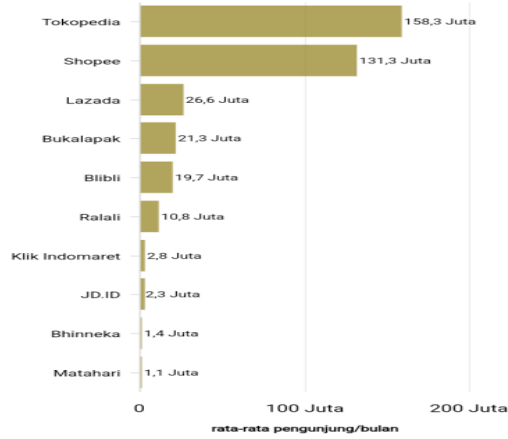
Di era yang semakin maju ini, kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan bagi masyarakat, terutama dalam hal bertransaksi. Salah satu contoh yang jelas adalah adanya transaksi *online* yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi melalui platform digital. Teknologi sekarang yang banyak ditemui dan diminati sering kita sebut *e-commerce*. *E-Commerce* memberikan pelayanan dengan mudah

ketika bertransaksi tanpa harus bertatap muka sehingga menjadikan banyak peminatnya.

E-Commerce merupakan suatu kegiatan dimana ada penjual dan pembeli atau bisa disebut perdagangan tetapi menggunakan media *online*. Sehingga dapat dikatakan perkembangan teknologi sangat mempengaruhi terhadap kehidupan masyarakat, mulai dari perdagangan via *online* yang melibatkan transfer dana elektronik. Sehingga proses perdagangan ini dikenal dengan *e-commerce* (Lisdiana, 2022).

Teknologi di Indonesia berkembang dengan pesat, yang melahirkan berbagai macam *e-commerce*, salah satunya melalui Tokopedia. Tokopedia menyediakan berbagai macam fitur dan metode pembayaran bagi penjual dan pembeli. Salah satu fitur yang disediakan yaitu Tokopedia Salam yang menyediakan produk halal dan ramah muslim sesuai syariah, produk halal tersebut terdapat zakat, investasi syariah, hingga paket layanan umrah, wakaf, donasi, dan ada juga reksadana syariah, tabungan emas, dan opsi pembayaran secara syariah lainnya (Indriani, 2020).

Sebagai *e-commerce* yang lebih awal berdirinya dibanding *e-commerce* lain Tokopedia telah mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga dapat dilihat dari data yang dihimpun iPrice, Tokopedia memiliki pengunjung tertinggi dan mengalami peningkatan pada kuartal ke II 2022.



Gambar 1. 1 Grafik Pengunjung Website E-Commerce

Sumber: iPrice, Oktober 2022

Dari data diatas Tokopedia meraih nomor 1 untuk brand *e-commerce* yang masih memimpin *e-commerce* Indonesia. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh iPrice, Tokopedia memiliki jumlah pengunjung website rata-rata sebesar 158,3 juta, yang dapat dikatakan sebagai salah satu yang tertinggi diantara pesaing-pesaingnya. Pada kuartal kedua tahun 2022, Shopee berada di posisi kedua dengan rata-rata jumlah pengunjung *website* mencapai 131,3 juta orang. Kemudian grafik menunjukkan adanya beberapa platform *e-commerce* yang termasuk Lazada, Bukalapak, Blibli, Ralali, Klik Indomaret, JD.ID, Bhineka, dan Matahari (Ahdiat, 2022).

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, terdapat indikator yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi, salah satunya adalah literasi digital. Literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan memanfaatkan teknologi informasi yang tertinggal dari perkembangan alat dan sumber daya

sebelumnya. Literasi digital memiliki pengaruh terhadap keputusan individu dalam menggunakan teknologi, yang selanjutnya dapat mempengaruhi pemahaman muzakki (orang yang memberi zakat) tentang pengelolaan dan pendistribusian zakat (D. Belshaw, 2011:274).

Menurut Soekanto (2004), indikator kesadaran terdiri dari beberapa tahapan yang menunjukkan tingkat kesadaran tertentu. Tahapan tersebut mencakup aspek-aspek seperti pengetahuan, pemahaman, sikap dan pola perilaku (tindakan). Pemahaman muzakki terhadap literasi digital khususnya layanan zakat melalui *e-commerce* merupakan contoh konkret dari keputusan muzakki yang dapat digunakan untuk pembayaran zakat adalah memilih untuk menggunakan platform *e-commerce* untuk melakukan pembayaran zakat secara *online*. Pendapat juga berpengaruh terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat melalui *e-commerce*. Meskipun seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, mereka mungkin tidak mengetahui kewajiban zakat. Kesadaran berzakat mempengaruhi minat muzakki untuk mengelola zakat dengan baik, yang pada akhirnya dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat (Kartika, 2020).

Selain literasi *digital* dan kesadaran berzakat, ada faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki yaitu kualitas layanan. Model yang terkait dengan kualitas layanan dalam konteks *e-commerce* adalah model kualitas layanan elektronik atau model kualitas layanan dalam lingkungan elektronik. Model ini merupakan salah satu cara untuk mengembangkan kepuasan pelanggan dalam konteks kualitas layanan melalui media elektronik atau internet adalah melalui penilaian terhadap kualitas layanan

elektronik dan evaluasi kepuasan pelanggan menggunakan platform *online*. Kualitas layanan elektronik mengacu pada sejauh mana sebuah situs web berhasil menyediakan fasilitas untuk berbelanja, membeli, dan mengirim produk ke pelanggan secara lebih efektif dan efisien (Octaviani, 2021).

Menurut Edi (2022: 186-202) keputusan adalah kemampuan dalam menyimpulkan dari proses dalam memilih tindakan terbaik. Banyak teknik dalam teori keputusan dengan berbagai macam model sasaran dan tujuan dalam bertindak dan memperhatikan resiko dan kriteria pengambilan keputusan terbaik sesuai keputusan yang diambil.

Penelitian mengenai variabel literasi digital dengan judul Pengaruh *Digital Literacy* dan *Teknologi Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS melalui *Fintech* Go-Pay di Baznas yang dilakukan oleh Ichwan (2020) menunjukkan bahwa faktor *Digital Literacy* dan *Teknologi Acceptance Model* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui *Fintech* Go-Pay. Penelitian mengenai variabel kesadaran berzakat dengan judul Analisis Kesadaran Masyarakat Kecamatan Tanjung Pura Dalam Membayar Zakat yang dilakukan oleh Harahap (2018) menghasilkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan sangat mempengaruhi kesadaran masyarakat di Kecamatan Tanjung Pura. Penelitian mengenai variabel kualitas layanan dengan judul Pengaruh *Religiusitas* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui *Platform Digital* di Yayasan Pengelolaan Zakat Surabaya yang dilakukan oleh Edi

(2022) menghasilkan bahwa faktor *religiusitas* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat dan keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui *platform digital* yang disediakan oleh yayasan pengelola zakat di Surabaya.

Berdasarkan referensi mencoba untuk mengetahui respon dari responden mengenai pengetahuan dan kontribusi masyarakat mengenai zakat *online* di era digital saat ini. Karena sebagian besar masyarakat secara keseluruhan sudah memiliki akses internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang kesadaran pengguna terkait penggunaan *e-commerce*, serta untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas layanan *e-commerce* menyediakan platform yang memfasilitasi pembayaran zakat. Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto dipilih sebagai objek daerah sasaran uji coba karena masyarakat di daerah tersebut memiliki tingkat fasilitas dan pengetahuan yang memadai tentang penggunaan internet. Sehingga peneliti akan melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui *E-Commerce* Tokopedia”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?

2. Apakah literasi digital mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?
3. Apakah kesadaran berzakat mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?
4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran berzakat terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik dalam praktik maupun teori. Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Secara Teoritis
 - a. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau dasar yang dapat dijadikan acuan dalam mengkaji dan memahami lebih dalam tentang keterkaitan antara literasi digital, kesadaran zakat, dan kualitas layanan dengan keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman tentang faktor yang berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana membayar zakat. Sebagai referensi, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh akademisi, praktisi, pengambil keputusan, dan pihak terkait lainnya yang berkepentingan untuk mengembangkan literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan dalam rangka pemanfaatan *e-commerce* untuk membayar zakat.

b. Bidang Ilmu

Dengan hasil penelitian ini penulis berharap dapat dijadikan sebagai bahan referensi pembahasan dan memberikan pengetahuan tambahan bidang ilmu. Dalam teori TAM, literasi digital dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kesadaran zakat di Tokopedia. Dengan menggunakan teori TAM, dapat dipahami bagaimana penggunaan *E-Commerce* Tokopedia untuk berzakat dapat diterima dengan baik. Literasi digital mencakup kemampuan menggunakan teknologi digital, sedangkan kualitas layanan melibatkan keandalan dan pengalaman pengguna. Dengan

memahami faktor-faktor ini, kita dapat meningkatkan kesadaran zakat dan penggunaan platform Tokopedia untuk tujuan berzakat.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis dibagi menjadi tiga bagian, yaitu manfaat untuk peneliti, untuk peneliti selanjutnya dan untuk perguruan tinggi.

a. Bagi Lembaga Pengelola Zakat

Bagi lembaga pengelola zakat, hasil penelitian ini dapat memberikan motivasi, informasi, panduan, dan tinjauan yang berguna digunakan untuk terus meningkatkan kualitas, pelayanan, dan kinerja lembaga tersebut. Penelitian ini menjadi dasar untuk perbaikan dan perbaikan terus-menerus untuk mengurus pendapatan zakat.

b. Bagi Akademisi

Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini memiliki nilai sebagai referensi, sumber informasi, bahan kajian, dan evaluasi dalam mengembangkan ekonomi Islam dan lembaga atau organisasi yang beroperasi disektor zakat, sosial, dan keuangan. Dengan penelitian ini memicu terciptanya inovasi dan pemikiran baru dalam upaya memperbaiki dan mengembangkan bidang ini.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini memberikan informasi yang berharga, pengetahuan yang mendalam, dan motivasi yang dapat mendorong tindakan dan perbaikan bagi lembaga-lembaga yang bergerak dibidang zakat, sosial, dan keuangan atau badan pengelola zakat. Hal ini membantu masyarakat untuk memiliki kepuasan terhadap lembaga

pengelola zakat karena merasa terlibat dalam meningkatkan kehidupan sosial masyarakat luas. Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya peran mereka dalam membantu meningkatkan kesejahteraan sosial.

d. Bagi *E-Commerce*

Hasil penelitian ini memiliki nilai penting dalam mengidentifikasi kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mencari, mengevaluasi, mengolah, dan memanfaatkan informasi melalui platform *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat literasi digital dan evaluasi terhadap kualitas layanan, termasuk kemudahan akses, *fleksibilitas* transaksi, dan tingkat kepercayaan dalam menggunakan *e-commerce*. Dengan memanfaatkan kemajuan *E-Commerce*, kita dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan literasi digital, sehingga dapat mendorong penggunaan platform Tokopedia yang lebih luas. Akibatnya, lebih banyak muzakki akan memilih untuk melakukan zakat melalui Tokopedia.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia pada masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto dan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia pada masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Berdasarkan Penelitian yang telah diteliti oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan pengujian secara simultan, temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia bagi masyarakat di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Artinya, tingkat literasi digital yang tinggi, kesadaran berzakat yang kuat, dan kualitas layanan yang baik secara kolektif mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan *E-Commerce* Tokopedia sebagai sarana pembayaran zakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi dari faktor-faktor tersebut berperan penting dalam membentuk preferensi masyarakat dalam memilih platform digital sebagai metode pembayaran zakat.

Literasi digital yang memadai membantu individu dalam memanfaatkan *platform E-Commerce*, kesadaran berzakat yang tinggi memberikan motivasi dan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya membayar zakat, serta kualitas layanan yang baik memberikan kepercayaan muzakki untuk menggunakan *E-Commerce* Tokopedia sebagai pilihan mereka.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.

- b) Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa literasi digital dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Tokopedia *E-Commerce* di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Namun, kesadaran berzakat secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan ini. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan kualitas layanan dapat menjadi fokus dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui *platform* ini.

Dengan demikian, literasi digital dan kualitas layanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan muzakki untuk menggunakan *E-Commerce* Tokopedia sebagai sarana membayar zakat. Namun, kesadaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia.

Penelitian ini memberikan pemahaman bahwa pemerintah, lembaga zakat, dan platform *E-Commerce* dapat fokus pada peningkatan literasi digital dan peningkatan kualitas layanan dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia.

5.2 Keterbatasan

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini:

- a) Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variabel Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto).
- b) Dilihat dari segi pengumpulan data pada penelitian ini hanya menggunakan metode angket (kuesioner) secara *online*.
- c) Berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 64,7%, dapat disimpulkan bahwa literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan yang diteliti dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Sementara itu, sisanya sebesar 36,3% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- d) Waktu dalam penelitian ini dilakukan dalam periode tertentu sesuai dengan kondisi dan faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki yang

dapat berubah sewaktu-waktu. Sehingga penelitian ini tidak mencerminkan kondisi yang sama di masa yang akan datang.

5.3 Saran

Untuk mengatasi keterbatasan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a) Untuk peneliti yang akan meneliti lebih lanjut, diharapkan dapat menggunakan lokasi selain wilayah di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.
- b) Untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan metode penelitian dapat ditambah dengan wawancara terbuka agar dapat lebih akurat.
- c) Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat dilihat dari 36,3% yang mempengaruhi Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto). Seperti pengaruh *religiusitas*, tingkat kepercayaan, dan *brand*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan tingkat kesadaran berzakat tidak berpengaruh signifikan sehingga mungkin diperlukan kegiatan untuk meningkatkan kesadaran berzakat dengan kampanye yang dilakukan melalui media sosial, webinar, ceramah atau kegiatan lainnya.
- d) Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengikuti perubahan kondisi dimasa depan, selalu update kondisi terkini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia. (2014). Theory of Planned Behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan. ., *JAAI*, 18(2), 110–123.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jaai.voal18.iss2.art3>
- Ahdiat, A. (2022). *10 E-Commerce dengan pengunjung Terbanyak Kuartal II*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>
- Al-Fauzan, S. S. F. (2011). Mulakhhkas Fiqhi (Panduan Fiqih Lengkap). In *Mulakhhkas Fiqhi (Panduan Fiqih Lengkap)* (p. 571). Pustaka Ibnu Katsir.
- Alfin, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzaki Milenial di Wilayah Jabodetabek). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 1, 1–171.
- Alnabila, Z. F. (2021). Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Platfoam Digital Sebagai Sarana Pembayaran Zakat (Studi Kasus Tokopedia Salam). *SkripsiTerapan*.
- Ambolau, M. A. P., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2015). The Influence of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 1–8.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

- Asnaini. (2008). Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam. In *islam* (p. 23). Pustaka Be.
- Az-Zuhaili, W. (2000). Buku “Fiqih Islam Wa Adillatuhu.” In *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* (Cetakan 5, p. 89). PT Remaja Rosdakarya.
- BAZNAS, P. (2021). *Out Look zakat Indonesia 2021*. Pusat Kajian Strategis.
- Belshaw, D. (2011). *What is Digital Literacy? A Pragmatic Investigation*. University of Durham.
- Chadhir, M., Ekonomi Pembangunan, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia Ke Negara Inggris 1979-2012. *Edaj*, 4(3), 292–300. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design Qualitative, Quantitative, & Mixed Methods Approach. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Diana, F. C. dan A. (2010). *Strategi Pemasaran* (second). Andi.
- Edi, E. A. dan A. S. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital Pada Yayasan Pengelola Zakat Di Surabaya. *ISSN*, 2(1), 186–202.

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>

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21* (Ke tujuh). Universitas Diponegoro.

H.A. Hidayat, L. & H. H. K. (2019). Panduan Pintar Zakat; Harta Berkah, Pahala Bertambah. In *Panduan Pintar Zakat; Harta Berkah, Pahala Bertambah* (p. 4).

Harahap, M. A., Hafizh, M., Syafitri, N., & Putri, R. A. N. (2018). Analisis Kesadaran Masyarakat Kecamatan Tanjung Pura Dalam Membayar Zakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 265–277. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.547>

Harmayani. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (J. Simarmata (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Hasan, M. A. (2015). Zakat dan Infak. In *Zakat dan Infak* (Cetakan 3, p. 63). Prenada Media.

Hatmawan, S. R. dan A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish Publisher (CV Budi Utama).

Hermen Jan Van, R. (2009). Service Quality Indicators for Business Support

Services. *MIS Quarterly Executive*, 5(1), 43–53.
<http://eprints.ucl.ac.uk/19902/>

Ichwan, A. (2020a). Pengaruh Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS. *Tesis*, 1–114.

Ichwan, A. (2020b). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>

Indriani, G., Syantoso, A., & Purnomo, A. (2020). PENGARUH CUSTOMER FEEDBACK PADA TOKOPEDIA SALAM TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL SYARIAH (Studi Kasus di Martapura dan *Eprints Uniska*, 1(2), 1–10. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1873/>

Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>

Knobel, C. L. dan M. (2011). *New Literacies: Everyday Practices and Social Learning*.
https://books.google.co.id/books/about/EBOOK_New_Literacies_Everyday_Practices.html?id=HSdFBgAAQBAJ&redir_esc=y

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13 ind JKP).

- Lia, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang). *Skripsi*, 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/factsheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Lisdiana, E. (2022). *Strategi Penghimpunan Zakat Profesi Melalui E-Commerce Tokopedia Pada NU Care-Lazisnu Pusat*.
- Muhammad, B. A. (2013). ENSIKLOPEDIA RUKUN ISLAM (ERI). In *ENSIKLOPEDIA RUKUN ISLAM (ERI)* (pp. 40–41). PT. Borobudur Inspira Nusantara.
- Munif, A. G. dan A. (2016). *Problematika Perdagangan Online Telaah Terhadap Aspek Khiyar Dalam E-Commerce*. x(No.2), 295–308.
- Nasution, E. Y. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Kesadaran terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS): Studi Kasus Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Kawan*, 17(n0.2), 147–158.
- Octaviani, O. C. (2021). the Effect of E-Service Quality and Perceived Price Fairness on Customer Loyalty Which Customer Satisfaction As Intervening Study Online Shopping Site in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 143–171.
- Pendidikan, D. (2005). Departemen Pendidikan. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (p. 1197). Balai Pusat.

Priyono. (2008). *Manajemen Sumber Daya manusia* (T. Chandra (Ed.); pertama). ZIFATAMA PUBLISHER.

Qardawi, Y. (n.d.). Fiqh Az-Zakat A Comparative study. In *Fiqh Az-Zakat A Comparative study* (p. 354).

Qardawi, Y. (2004). *Hukum Zakat: Studi komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis* (Cet. 1).

Ramdhani. (2011). Penyusunan alat pengukur berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.
<https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>

Ro'uf, S. A. (2008). Nadzorot fi Fiqh az-Zakat (Dirosah Fiqhiyyah Mu'asiroh). In *Nadzorot fi Fiqh az-Zakat (Dirosah Fiqhiyyah Mu'asiroh)* (p. 27). Jami'ah al-azhar.

Rusyd, I. (2016). Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid. In *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid* (p. 178).

Sabiq, S. (2016). Terjemahan Fiqih Sunnah 3. In *Fiqh Sunnah 3* (p. 498). Pena Fundi.

Sari, T. dan Z. (2019). Edukasi Zakat, Infaq dan Shadaqoh (ZIS) pada Siswa/Siswi SMA Muhammadiyah 1 Bengkulu. *Syukur*, 02(2), 141–146.
<https://doi.org/10.22236/syukur>

Sensus Penduduk. (2020).
<https://mojokertokab.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/9/hasil-sensus->

penduduk-2020.html

Setiawan, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2017). *AGORA Vol. 5, No. 1, (2017). 5(1).*

Soekanto, S. (2004). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.

Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian (1st ed.)*. Mitra Wacana Media.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (Sutopo. (Ed.); 2nd ed.)*. Alfabeta.

Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2018). Development of digital literacy indicators for Thai undergraduate students using mixed method research. *Kasetsart Journal of Social Sciences, 39(2), 215–221.*
<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.001>

Tour, E. (2015). *Digital Mindsets: Teachers' Technology Use in Personal Life and Teaching.*
https://www.researchgate.net/publication/282322927_Digital_Mindsets_Teachers%27_Technology_Use_in_Personal_Life_and_Teaching

UNESCO. (2004). *"The Plurality of Literacy and its Implications for Policies"*.
<https://unesdoc.unesco.org>

- Viswanath Venkatesh, F. D. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(No.2), 186–204. <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wijaya, A.w., H. (1984). *Kesadaran hukum manusia dan masyarakat Pancasila /AW. Widjaja*. Era Swasta, 1985.
- Yu, Z. (2022). Multi- indicators Decision for Product Design Solutions: A TOPSIS- MOGA Integrated Model. *Processes*, 10(2), 1–22. <https://doi.org/10.3390/pr10020303>
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul regresi linier berganda*. FMIPA Universitas Udayana. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/c979614e2a53b03692accb0675176299.pdfhttps://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/c979614e2a53b03692accb0675176299.pdf
- Zainuddin, S. Z. I. S. A. A. I. (1980). Fathul Muin. In *Fathul Muin* (p. 50). Maktabah D.
- Zen, M. (2018). *24 HOURS Of CONTEMPORARY ZAKAT: Tanya jawab seputar keseharian zakat*. <https://www.scribd.com/document/475096589/5-buku-24-Hours-of-contemporary-zakat-penulis-tunggal-lengkap-pdf#>