



Persepsi Muzakki Terhadap Kepercayaan Pendistribusian Zakat Melalui Platform Zakat Digital Di Kota Medan

Nadhyatul Hasanah¹, Rifka Annisa Sirait², Aditya Effendi³, Yenni Samri Julianti Nasution⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : nadhyatul0501232169@gmail.com , rifka0501233202@uinsu.ac.id ,
adityaeffendi76@gmail.com , yenni.samri.@uinsu.ac.id

Abstract

The development of digital technology has driven a transformation in zakat management through the emergence of various digital zakat platforms. Ease of access, information transparency, and transaction efficiency are factors that encourage the public to distribute zakat online. However, the level of muzakki (zakat payer) trust regarding the distribution of zakat funds remains a crucial factor in determining the success of digital zakat platforms. This study aims to analyze muzakki's perception of trust in zakat distribution through digital zakat platforms in Medan City. The research method used is a quantitative approach utilizing a survey technique with 250 respondents. Data analysis was conducted through validity, reliability, normality, linearity, and heteroscedasticity tests, as well as simple linear regression. The results showed that the research instrument was valid and reliable, with a Cronbach's Alpha value of 0.894. The regression results indicated that digital zakat platforms have a positive and significant effect on muzakki trust, with a regression coefficient of 0.827 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) value of 0.627 demonstrates that 62.7% of the variation in muzakki trust can be explained by the digital zakat platforms. These findings indicate that the better the service quality of a digital zakat platform, the higher the level of muzakki trust in zakat distribution.

Keywords: digital zakat, muzakki, trust, zakat distribution, sharia fintech.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam pengelolaan zakat melalui hadirnya berbagai platform zakat digital. Kemudahan akses, transparansi informasi, dan efisiensi transaksi menjadi faktor yang mendorong masyarakat untuk menyalurkan zakat secara daring. Namun demikian, tingkat kepercayaan muzakki terhadap pendistribusian dana zakat masih menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan platform zakat digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi muzakki terhadap kepercayaan pendistribusian zakat melalui platform zakat digital di kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 250 responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, serta regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,894. Hasil regresi menunjukkan bahwa platform zakat digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki dengan koefisien regresi sebesar 0,827 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 menunjukkan bahwa 62,7% variasi kepercayaan muzakki dapat dijelaskan oleh platform zakat digital. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan platform zakat digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan muzakki terhadap pendistribusian zakat.

Kata Kunci: zakat digital, muzakki, kepercayaan, distribusi zakat, fintech syariah.

1. PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam yang berfungsi sebagai sarana pemerataan kesejahteraan dan pengentasan kemiskinan. Pengelolaan zakat yang efektif tidak hanya bergantung pada jumlah dana yang berhasil dihimpun, tetapi juga pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat. Kepercayaan menjadi faktor utama karena zakat merupakan ibadah yang mengandung dimensi spiritual sekaligus sosial sehingga pengelolaannya harus dilakukan secara amanah, transparan, dan profesional. Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam sistem pengelolaan zakat. Berbagai lembaga amil zakat kini memanfaatkan platform digital untuk mempermudah proses pembayaran zakat.

Kehadiran platform zakat digital memberikan berbagai kemudahan seperti transaksi yang cepat, akses yang fleksibel, serta penyajian laporan secara real time. Transformasi digital ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat. Meskipun demikian, penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan zakat masih menghadapi tantangan berupa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap proses pendistribusian dana yang dilakukan secara daring. Sebagian muzakki masih mempertanyakan transparansi penyaluran dana, akuntabilitas lembaga pengelola zakat, serta kepastian bahwa dana yang disalurkan benar-benar sampai kepada mustahik yang berhak menerima. Penelitian mengenai zakat digital umumnya berfokus pada faktor adopsi teknologi, minat penggunaan, dan efektivitas penghimpunan dana. Namun masih terdapat kebutuhan untuk mengkaji bagaimana persepsi muzakki terhadap kepercayaan pendistribusian zakat melalui platform digital. Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan guna memberikan gambaran mengenai hubungan antara kepercayaan muzakki dengan platform zakat digital.

2. KAJIAN LITERATUR

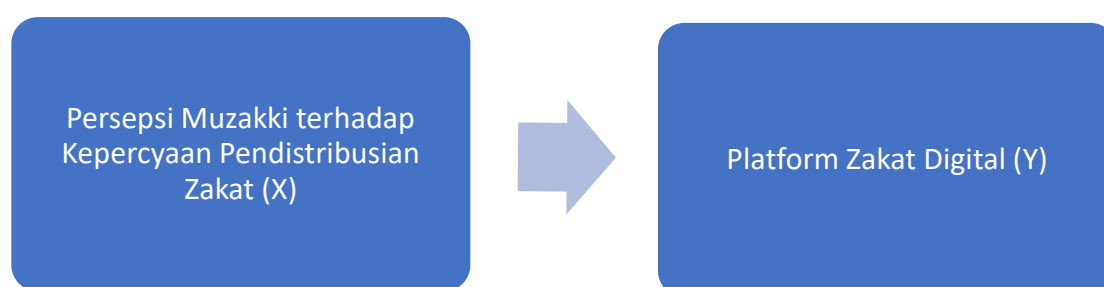
2.1 *Technology Acceptance Model (TAM) dan Trust Theory*

Kerangka teoritis penelitian ini berlandaskan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan Davis (1989), yang menyatakan bahwa niat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dalam konteks transaksi digital berbasis kepercayaan, teori ini diperluas dengan *Trust-based Model* (McKnight et al., 2002) yang menambahkan dimensi kepercayaan institusional sebagai mediator antara karakteristik sistem dan niat perilaku pengguna.

2.2 Kepercayaan pada Layanan Keuangan Digital Islam

Kepercayaan dalam layanan keuangan Islam memiliki dimensi unik yang tidak ditemukan dalam layanan konvensional, yakni dimensi syariah *compliance* (kepatuhan syariah) yang mencakup keyakinan bahwa dana dikelola sesuai prinsip-prinsip Islam (Amin et al., 2021). Transparansi laporan distribusi menjadi elemen krusial karena berkaitan langsung dengan pertanggungjawaban kepada Allah SWT dan kepada muzakki selaku pemangku kepentingan utama.

2.3 Kerangka Konseptual



3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disebarakan pada bulan Mei 2026 menggunakan *Google Forms*. Analisis data dilakukan dengan perangkat lunak statistik yang setara dengan SPSS versi 26.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah muzakki di Kota Medan yang pernah menggunakan platform zakat digital minimal satu kali dalam dua tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) beragama Islam, (2) pernah membayar zakat melalui platform digital, (3) berusia di atas 17 tahun. Mengacu pada rumus Slovin dengan margin of error 1%, diperoleh ukuran sampel minimum 214 responden. Penelitian ini berhasil mengumpulkan 250 responden yang valid.

3.3 Variabel dan Instrumen Pengukuran

Instrumen penelitian terdiri dari 10 item pernyataan dengan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju). Variabel independen (X1-X8) meliputi: transparansi laporan distribusi, kepercayaan distribusi ke mustahik, keamanan data pribadi,

kredibilitas dan izin resmi lembaga, kemudahan penggunaan, aksesibilitas, konfirmasi pembayaran, dan preferensi digital. Variabel dependen (Y) adalah rata-rata skor kemauan merekomendasikan (Q9) dan niat terus menggunakan platform (Q10).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan akurat. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dari setiap item dengan nilai r tabel menggunakan tingkat signifikansi 5%. Dengan jumlah responden sebanyak 250, maka nilai r tabel yang digunakan adalah sebesar 0,163. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	P (sig)	Keterangan
1	P01	0,697	0,163	0,000	VALID
2	P02	0,763	0,163	0,000	VALID
3	P03	0,710	0,163	0,000	VALID
4	P04	0,724	0,163	0,000	VALID
5	P05	0,689	0,163	0,000	VALID
6	P06	0,710	0,163	0,000	VALID
7	P07	0,724	0,163	0,000	VALID
8	P08	0,717	0,163	0,000	VALID
9	P09	0,710	0,163	0,000	VALID
10	P10	0,717	0,163	0,000	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh 10 item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,163 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai r hitung tertinggi diperoleh pada pernyataan P02 yaitu sebesar 0,763, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan P05 sebesar 0,689. Karena seluruh nilai r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran.

Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas instrumen. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi hasil pengukuran apabila instrumen tersebut digunakan kembali dalam kondisi yang sama. Metode yang digunakan adalah Cronbach's Alpha, dengan ketentuan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
10	0,894	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Dari hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.2, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,894. Nilai tersebut jauh melampaui batas minimum yang disyaratkan yaitu 0,70, sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini mengindikasikan bahwa jawaban responden terhadap seluruh item pernyataan dalam kuesioner cenderung stabil dan konsisten, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi normal.

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0.000000
	Std. Deviation	2.27575662
Most Extreme Differences	Absolute	0.073
	Positive	0.038
	Negative	-0.073
Test Statistic		0.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, hasil uji normalitas dengan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Test Statistic sebesar 0,073 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,003. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga secara formal uji KS menunjukkan adanya penyimpangan dari distribusi normal. Namun demikian, mengacu pada Central Limit Theorem (CLT), dengan jumlah sampel yang cukup besar yaitu $n = 250$, distribusi sampling dari rata-rata akan mendekati distribusi normal meskipun distribusi populasi tidak sepenuhnya normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas secara praktis masih dapat diterima dan analisis regresi linear sederhana dapat dilanjutkan.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (platform zakat digital) dan variabel dependen (kepercayaan muzakki) bersifat linear secara signifikan. Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika nilai signifikansi pada baris Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan linear.

Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan Masyarakat dan Platform Zakat Digital	Between Groups	(Combined)	2280.869	15	152.058	30.335	0.000
		Linearity	2164.236	1	2164.236	431.757	0.000
		Deviation from Linearity	116.633	14	8.331	1.662	0.065
	Within Groups		1172.955	234	5.013		
	Total		3453.824	249			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan output ANOVA Table pada Tabel 4.4, diperoleh nilai signifikansi pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,065. Karena nilai $0,065 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel platform zakat digital dengan kepercayaan muzakki bersifat linear. Sementara itu, nilai signifikansi pada baris Linearity sebesar $0,000 < 0,05$, yang membuktikan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam penelitian ini terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastis, yaitu varians residual bersifat konstan. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi variabel independen terhadap absolut residual lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.990	0.500		5.983	0.000
	Platform Zakat Digital	-0.058	0.024	-0.151	-2.399	0.017

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, hasil uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel platform zakat digital terhadap variabel Abs_Res adalah sebesar 0,017. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, yang secara formal menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas pada model. Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dan nilai residual terstandarisasi (SRESID), titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu di sekitar garis nol. Oleh karena itu, secara keseluruhan model regresi dalam penelitian ini masih dapat diterima dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan data survei dengan karakteristik serupa.

4.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yaitu platform zakat digital (X) terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan muzakki (Y). Hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.650	0.836		4.367	0.000
	Platform Zakat Digital	0.827	0.041	0.792	20.401	0.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, persamaan regresi linear sederhana yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,650 + 0,827X$$

Keterangan:

Y = Kepercayaan Muzakki

X = Platform Zakat Digital

a = Nilai Konstanta = 3,650

b = Koefisien Regresi = 0,827

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut. Nilai konstanta sebesar 3,650 menunjukkan bahwa apabila variabel platform zakat digital dianggap bernilai nol atau tidak berpengaruh sama sekali, maka tingkat kepercayaan muzakki terhadap pendistribusian zakat tetap sebesar 3,650 satuan. Hal ini mengindikasikan adanya tingkat kepercayaan dasar yang sudah dimiliki masyarakat sebelum penggunaan platform digital, yang mungkin dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan terhadap lembaga amil zakat secara umum.

Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,827 memiliki makna bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas platform zakat digital akan diikuti oleh peningkatan kepercayaan muzakki sebesar 0,827 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien yang positif ini menunjukkan bahwa hubungan antara platform zakat digital dan kepercayaan muzakki bersifat searah. Artinya, semakin baik dan berkualitas layanan platform zakat digital yang tersedia, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya melalui platform tersebut.

4.4. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah tepat dan apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, penentuan nilai F tabel dilakukan dengan rumus $df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$, di mana $n = 250$ (jumlah responden) dan $k = 2$ (jumlah variabel). Sehingga $df1 = 1$ dan $df2 = 248$, sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 3,88 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4.7 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVAa	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	2164,236	1	2164,236	416,203	.000b
	Residual	1289,588	248	5,200		
	Total	3453,824	249			
a. Dependent Variable: Kepercayaan Muzakki						
b. Predictors: (Constant), Platform Zakat Digital						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 416,203 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai F hitung $416,203 > F$ tabel 3,88 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini adalah signifikan dan layak digunakan. Dengan demikian, variabel platform zakat digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki dalam pendistribusian zakat di Kota Medan. Hasil ini menunjukkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan antar variabel dengan baik.

4.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 maka semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summaryb	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792a	0,627	0,625	2,280
a. Predictors: (Constant), Platform Zakat Digital				
b. Dependent Variable: Kepercayaan Muzakki				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh nilai R sebesar 0,792 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara platform zakat digital dengan kepercayaan muzakki. Adapun

nilai R Square (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,627. Hal ini berarti bahwa sebesar 62,7% variasi pada variabel kepercayaan muzakki dapat dijelaskan oleh variabel platform zakat digital. Sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti tingkat religiusitas muzakki, pengalaman pribadi dalam berzakat, reputasi lembaga pengelola zakat, intensitas promosi digital, maupun faktor sosial dan budaya yang ada di lingkungan masyarakat Kota Medan.

4.6. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penentuan t tabel dilakukan dengan rumus $df = n - k$, di mana $n = 250$ dan $k = 2$, sehingga $df = 248$. Berdasarkan tabel distribusi t dengan tingkat signifikansi 5% (two-tailed), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,969.

Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficientsa	Model	B	Std. Error	Beta	t Hitung	Sig.
1	(Constant)	3,650	0,836		4,367	0,000
	Platform Zakat Digital	0,827	0,041	0,792	20,401	0,000
a. Dependent Variable: Kepercayaan Muzakki						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel platform zakat digital memiliki nilai t hitung sebesar 20,401. Jika dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,969, maka $t \text{ hitung } 20,401 > t \text{ tabel } 1,969$. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000, yang jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Berdasarkan kedua kriteria tersebut, maka hipotesis yang menyatakan bahwa platform zakat digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki diterima (H_a diterima, H_0 ditolak).

Hasil ini membuktikan secara statistik bahwa platform zakat digital memberikan kontribusi nyata dalam membentuk kepercayaan masyarakat terhadap proses pendistribusian zakat di Kota Medan. Semakin tinggi kualitas layanan yang disediakan oleh platform zakat digital, mulai dari transparansi laporan distribusi, keamanan data, kemudahan akses, hingga kredibilitas lembaga pengelola, maka semakin kuat pula kepercayaan yang terbentuk di benak muzakki.

4.7. Pembahasan

Hasil penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa platform zakat digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki dalam pendistribusian zakat di Kota Medan. Temuan ini sejalan dengan kerangka teoritis yang digunakan, yaitu Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan suatu teknologi akan mendorong penerimaan dan penggunaan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, muzakki yang merasakan kemudahan mengakses platform, kecepatan proses pembayaran zakat, serta transparansi laporan distribusi akan cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut.

Selain itu, temuan ini juga selaras dengan Trust-based Model yang dikemukakan oleh McKnight et al. (2002), yang menegaskan bahwa kepercayaan terhadap sistem digital tidak hanya dibentuk oleh aspek teknis semata, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor institusional seperti legalitas lembaga, akuntabilitas pengelola, dan reputasi organisasi di mata publik. Dalam penelitian ini, aspek-aspek tersebut tercermin dalam indikator kredibilitas dan izin resmi lembaga, transparansi laporan distribusi kepada mustahik, serta konfirmasi pembayaran yang diberikan kepada muzakki setelah transaksi selesai dilakukan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 62,7% menunjukkan bahwa platform zakat digital memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan tingkat kepercayaan muzakki. Namun demikian, masih terdapat 37,3% faktor lain yang belum mampu dijelaskan dalam penelitian ini. Hal tersebut membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepercayaan muzakki, seperti kualitas pelayanan amil, tingkat literasi digital masyarakat, serta pengaruh lingkungan sosial dan keagamaan.

Temuan penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi lembaga-lembaga pengelola zakat digital. Untuk terus meningkatkan kepercayaan masyarakat, lembaga amil zakat perlu memperhatikan aspek transparansi dalam pelaporan distribusi dana kepada mustahik, memperkuat sistem keamanan data pengguna, serta meningkatkan kredibilitas kelembagaan melalui sertifikasi dan pengawasan dari otoritas resmi. Selain itu, peningkatan kemudahan antarmuka aplikasi juga menjadi faktor penting agar muzakki dari

berbagai latar belakang, termasuk yang baru mengenal teknologi digital, dapat menggunakannya dengan nyaman dan percaya diri.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Seluruh 10 item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,163), dan instrumen secara keseluruhan dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,894.

Kedua, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian memiliki nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,003 yang secara formal di bawah 0,05, namun dengan jumlah sampel $n = 250$ asumsi normalitas secara praktis masih dapat diterima berdasarkan Central Limit Theorem. Hubungan antara kedua variabel bersifat linear yang dibuktikan dari nilai Deviation from Linearity sebesar 0,065 yang lebih besar dari 0,05. Ketiga, hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 3,650 + 0,827X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas platform zakat digital akan meningkatkan kepercayaan muzakki sebesar 0,827 satuan. Nilai koefisien regresi yang positif ini membuktikan adanya hubungan yang searah antara kedua variabel. Keempat, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 20,401 yang lebih besar dari t tabel 1,969, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut membuktikan bahwa platform zakat digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki dalam pendistribusian zakat di Kota Medan, sehingga hipotesis penelitian diterima. Kelima, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 menunjukkan bahwa sebesar 62,7% variasi kepercayaan muzakki mampu dijelaskan oleh variabel platform zakat digital, sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa digitalisasi pengelolaan zakat melalui platform zakat digital memberikan dampak yang nyata terhadap kepercayaan muzakki. Transparansi distribusi, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, aksesibilitas layanan, serta kredibilitas lembaga pengelola zakat merupakan faktor-faktor utama yang membentuk kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan zakat secara digital. Oleh karena itu, lembaga zakat digital perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanannya agar dapat mempertahankan serta memperluas partisipasi muzakki di era transformasi digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2021). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 29(4), 341–365. <https://doi.org/10.1108/02652321111130547>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baznas. (2024). *Outlook Zakat Indonesia 2024*. Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional. <https://baznas.go.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Tahun 2023*. Kemenag RI.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Mufraini, M. A. (2020). *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan* (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, L., Hidayat, S., & Kusuma, H. (2021). Digital banking, customer satisfaction, and bank performance: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 101–112. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0101>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Putritama, A., & Supriyadi, E. (2021). Customer trust and intention to use mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 39(6), 1015–1034. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2021-0025>
- Rahardjo, B., Ikhsan, R. B., & Sihotang, E. T. (2020). Adoption of digital banking services: Evidence from Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(10), 1–15.

- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2020). Adoption of mobile banking: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 723–733. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.723>
- Santoso, B., & Purnomo, A. (2024). Customer satisfaction and data security issues in financial services. *Journal of Financial Crime*, 31(2), 389–404. <https://doi.org/10.1108/JFC-2023-0124>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 3). Alfabeta.
- Suryanto, T., & Fatimah, S. (2023). Mobile banking and financial inclusion in developing countries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(2), 91–101. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2023.vol10.no2.0091>
- Yusuf, M. (2021). *Manajemen Zakat Digital: Transformasi Penghimpunan dan Pendistribusian Zakat di Era Digital*. Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.