

El-Mubarak:
Islamic Studies Journal

Volume 3, Nomor 1,
Juni 2026

Authors

Muhammad Arief Rachman¹, Muhammad Arkan², Dinda Amelia³, Sabila Rahmadani⁴, Deby Anora⁵

Affiliation

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Corresponding Author's Email

Muhammadariefrachman16@gmail.com

Persepsi dan Motivasi Generasi Z Dalam Membayar Zakat Secara Digital

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aktivitas masyarakat, termasuk pembayaran zakat secara online. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era internet memiliki kecenderungan tinggi dalam menggunakan layanan digital, termasuk zakat online. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi dan motivasi Generasi Z dalam membayar zakat secara digital di Indonesia. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) dari Icek Ajzen melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap informan Generasi Z yang pernah menggunakan layanan zakat digital. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki persepsi positif terhadap layanan zakat digital karena dianggap praktis, efisien, fleksibel, dan mudah diakses melalui smartphone. Motivasi penggunaan zakat digital dipengaruhi oleh kesadaran religius, kepedulian sosial, media sosial, dan budaya transaksi cashless. Namun, keamanan data dan transparansi platform masih menjadi hambatan dalam penggunaan layanan zakat digital.

Kata Kunci

Zakat Digital; Generasi Z; Persepsi; Motivasi; *Theory of Planned Behavior*

PENDAHULUAN

Zakat merupakan instrumen penting dalam perekonomian Islam yang tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban spiritual, tetapi juga sebagai sarana pemerataan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. Dalam ajaran Islam, zakat memiliki peran sebagai bentuk kepedulian sosial untuk membantu masyarakat yang kurang mampu serta mengurangi kesenjangan ekonomi. Pengelolaan zakat yang dilakukan secara optimal dapat mendukung pendistribusian kekayaan yang lebih merata sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar.

Berdasarkan laporan Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), penghimpunan zakat nasional pada tahun 2022 mencapai Rp22,47 triliun dan terus mengalami peningkatan setiap tahun. Meski demikian, jumlah tersebut masih jauh dari potensi zakat nasional yang diperkirakan mencapai ratusan triliun rupiah. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa dengan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5 persen dari total penduduk. Generasi Z menjadi kelompok pengguna internet terbesar dengan persentase mencapai 34,40 persen. Tingginya penggunaan internet dan layanan digital di kalangan Generasi Z menunjukkan adanya peluang besar dalam pengembangan sistem pembayaran zakat secara digital di Indonesia.

Namun demikian, optimalisasi penghimpunan zakat di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Realisasi penghimpunan zakat yang ada saat ini belum mampu mencapai potensi zakat nasional secara maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya inovasi dan strategi pengembangan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi agar pengelolaan zakat dapat berjalan secara efektif, transparan, dan tepat sasaran. Oleh karena itu, penguatan sistem pengelolaan zakat menjadi sangat penting dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat fungsi zakat sebagai instrumen pemerataan perekonomian di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan keagamaan. Digitalisasi mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional layanan menuju berbasis teknologi yang lebih praktis dan efisien. Lembaga pengelola zakat mulai memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menyediakan layanan pembayaran zakat melalui situs web, aplikasi seluler, dompet digital, mobile banking, serta platform perdagangan elektronik. Kehadiran layanan zakat digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menunaikan zakat kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor lembaga zakat. Selain itu, layanan zakat digital juga dinilai mampu meningkatkan transparansi dan efektivitas pengelolaan dana zakat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan zakat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kemudahan akses, transparansi, dan partisipasi dalam masyarakat

menunaikan zakat.

Dalam konteks zakat digital, pembayaran zakat melalui aplikasi, situs web, dompet digital, dan mobile banking menjadi inovasi yang semakin menarik perhatian masyarakat, khususnya Generasi Z. Generasi ini lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan layanan berbasis teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi Generasi Z terhadap layanan zakat digital berkaitan dengan penilaian mereka terhadap keamanan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, transparansi pengelolaan dana, serta efektivitas layanan yang diberikan oleh lembaga zakat. Persepsi yang positif terhadap layanan digital dapat meningkatkan minat dan kepercayaan Generasi Z dalam menggunakan platform zakat digital.

Selain itu, kemudahan dan ketidaknyamanan layanan digital juga menjadi faktor yang mendorong Generasi Z untuk menggunakan platform zakat digital. Dorongan tersebut dapat berasal dari faktor internal, seperti kesadaran beragama dan kepedulian sosial, maupun faktor eksternal, seperti perkembangan teknologi, pengaruh media sosial, dan kemudahan akses layanan digital. Tingginya penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z juga mempermudah penyebaran informasi mengenai zakat digital dan mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, pemahaman mengenai karakteristik dan perilaku Generasi Z menjadi penting dalam pengembangan layanan zakat digital yang inovatif, terpercaya, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian mengenai zakat digital menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Berbagai penelitian sebelumnya mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan zakat digital, seperti pemahaman tentang zakat, kemudahan penggunaan aplikasi, transparansi pengelolaan dana, tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat, serta pengaruh komunikasi digital melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan zakat digital karena dianggap lebih praktis dan efisien. Selain itu, faktor transparansi dan kemudahan akses juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan masyarakat menggunakan platform zakat digital.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih fokus pada aspek teknologi dan minat penggunaan layanan digital secara umum. Kajian yang secara khusus membahas persepsi, motivasi, dan tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap layanan zakat digital masih relatif terbatas. Padahal, faktor-faktor tersebut mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan berbasis teknologi. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi dan motivasi Generasi Z dalam membayar zakat secara digital. Penelitian ini juga berupaya menganalisis tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap lembaga zakat digital serta bagaimana transparansi dan keamanan layanan dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam pembayaran zakat digital. Penelitian ini penting dilakukan mengingat perkembangan teknologi finansial dan digitalisasi yang semakin mempengaruhi perilaku masyarakat,

terutama generasi muda. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pengelola zakat dalam mengembangkan layanan digital yang lebih transparan, aman, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian mengenai zakat digital dan perilaku generasi dalam teknologi muda memanfaatkan untuk kegiatan filantropi Islam.

Untuk menjelaskan perilaku Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital, penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen . Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, sikap Generasi Z tercermin dari penilaian mereka terhadap kemudahan, keamanan, transparansi, dan efektivitas layanan zakat digital. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh keluarga, teman, lingkungan sosial, serta media sosial terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan teknologi digital untuk melakukan pembayaran zakat secara berani. Dengan demikian, Teori Perilaku Terencana dinilai relevan untuk menjelaskan hubungan antara persepsi, motivasi, pengaruh sosial, dan perilaku Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat, termasuk dalam aktivitas filantropi Islam seperti pembayaran zakat secara berani. Generasi Z yang memiliki kedekatan dengan teknologi digital memiliki potensi besar dalam mendukung perkembangan zakat digital di Indonesia. Oleh karena itu, pemahaman mengenai persepsi, motivasi, tingkat kepercayaan, serta sikap Generasi Z terhadap transparansi dan keamanan layanan zakat digital menjadi penting untuk mendukung pengembangan sistem zakat digital yang lebih efektif, modern, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era transformasi digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian tidak hanya membahas penggunaan teknologi dalam pembayaran zakat, tetapi juga mengkaji aspek sosial, keagamaan, kepercayaan, serta perkembangan transformasi digital dalam filantropi Islam. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti dapat memahami secara lebih mendalam pengalaman, pandangan, dan alasan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan zakat digital. Pendekatan ini juga membantu peneliti menggambarkan fenomena yang terjadi secara menyeluruh berdasarkan kondisi nyata di lapangan (Sugiyono, 2021).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan dari kalangan Generasi Z yang pernah menggunakan atau memiliki ketertarikan terhadap layanan zakat digital. Layanan tersebut meliputi aplikasi digital, dompet elektronik, mobile banking,

hingga situs pembayaran zakat secara daring. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, hasil penelitian terdahulu, laporan lembaga zakat, dan dokumen lain yang berkaitan dengan zakat digital, teknologi finansial syariah, serta perilaku Generasi Z dalam menggunakan layanan digital (Moleong, 2021).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk memperoleh informasi mengenai persepsi, motivasi, pengalaman, serta tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap layanan zakat digital. Melalui wawancara tersebut, peneliti dapat memahami sudut pandang informan secara lebih rinci dalam konteks praktik keagamaan yang mereka lakukan melalui media digital.

Selain wawancara, observasi juga dilakukan untuk mengamati perilaku dan kebiasaan Generasi Z dalam menggunakan layanan digital, khususnya pada aktivitas pembayaran zakat secara daring. Melalui observasi, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana perkembangan teknologi memengaruhi pola perilaku, preferensi, serta kebiasaan Generasi Z dalam memilih layanan zakat digital sebagai sarana berzakat.

Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data penelitian. Data dokumentasi diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan lembaga zakat, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan dokumentasi bertujuan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan mendukung proses analisis penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara, pedoman observasi, dan dokumentasi. Penyusunan pertanyaan wawancara didasarkan pada rumusan masalah, tujuan penelitian, serta indikator dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap penggunaan layanan zakat digital. Pedoman observasi dan dokumentasi juga disusun untuk mendukung proses pengumpulan data agar informasi yang diperoleh lebih terarah, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian mengenai persepsi serta motivasi Generasi Z dalam berzakat secara digital.

Kisi-kisi wawancara disusun berdasarkan indikator persepsi, motivasi, tingkat kepercayaan, dan penggunaan layanan zakat digital di kalangan Generasi Z. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sekitar lima hingga delapan orang yang memenuhi kriteria Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 atau berusia sekitar 17 hingga 27 tahun, serta memahami atau pernah menggunakan layanan zakat digital. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh menjadi lebih valid dan relevan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk

memahami hubungan antara sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Data yang telah diperoleh kemudian diinterpretasikan secara deskriptif dan kontekstual berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama penelitian berlangsung (Ajzen, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi Generasi Z terhadap Zakat Digital

Generasi Z dalam penelitian ini dipahami sebagai kelompok anak muda yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital. Kelompok ini didominasi oleh mahasiswa dan individu muda yang dalam kehidupan sehari-hari sangat akrab dengan penggunaan ponsel pintar, internet, media sosial, mobile banking, serta berbagai layanan transaksi berbasis digital. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah menunaikan zakat secara digital melalui berbagai platform, seperti program zakat daring, layanan perbankan syariah, dompet digital, hingga marketplace yang menyediakan fitur pembayaran zakat. Platform yang paling sering digunakan adalah layanan resmi seperti BAZNAS digital, e-wallet, serta aplikasi perbankan syariah. Hal ini mencerminkan kemampuan adaptasi Generasi Z yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, sejalan dengan karakteristik mereka sebagai digital native yang sejak dini telah terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital.

Berdasarkan perspektif teori perilaku digital, generasi muda cenderung lebih cepat mengadopsi inovasi teknologi apabila layanan tersebut dinilai praktis, mudah digunakan, dan memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pandangan yang cenderung positif terhadap zakat digital. Mayoritas responden menilai bahwa pembayaran zakat melalui platform digital lebih mudah dan efisien dibandingkan metode konvensional. Mereka tidak perlu datang langsung ke kantor lembaga zakat karena seluruh proses dapat dilakukan secara daring melalui smartphone. Kemudahan akses ini memberikan fleksibilitas bagi Generasi Z dalam menunaikan kewajiban zakat, terutama di tengah aktivitas yang padat. Selain itu, fitur yang sederhana dan kecepatan proses transaksi menjadi faktor utama yang meningkatkan minat mereka dalam menggunakan layanan zakat digital.

Generasi Z pada umumnya menyukai layanan yang praktis, efisien, dan tidak memerlukan prosedur yang rumit. Oleh karena itu, layanan zakat digital dinilai sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka yang serba cepat dan berbasis teknologi. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), kondisi ini berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan suatu teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar pula kemungkinan individu untuk mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini diperkuat oleh berbagai kajian adopsi teknologi yang menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan seseorang untuk memanfaatkan layanan digital.

Selain kemudahan, aspek efisiensi waktu juga menjadi pertimbangan utama bagi

Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Hasil wawancara menunjukkan bahwa responden merasakan proses pembayaran zakat menjadi lebih cepat karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa terikat oleh batasan waktu maupun lokasi. Sebagian responden juga menyatakan kenyamanan dalam bertransaksi karena tidak perlu menggunakan uang tunai, melainkan cukup melalui aplikasi digital di *smartphone*. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku menuju transaksi non-tunai yang turut memengaruhi praktik keagamaan generasi muda. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi digital turut mendorong penerimaan terhadap layanan zakat daring. Dengan demikian, persepsi positif terhadap kemudahan dan efisiensi menjadi faktor utama yang mendorong Generasi Z untuk lebih memilih dan menggunakan platform zakat digital.

Pandangan Generasi Z terhadap aspek keamanan dan transparansi dalam layanan zakat digital merupakan salah satu elemen penting dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan untuk memilih platform zakat digital yang memiliki legalitas yang jelas serta reputasi yang baik di mata publik. Responden menilai bahwa lembaga zakat yang mampu menyajikan informasi penyaluran dana secara terbuka, baik melalui aplikasi maupun media sosial, lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan platform yang tidak memberikan laporan secara memadai. Transparansi dalam pengelolaan dan penyaluran dana zakat dipandang sebagai faktor krusial dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, karena memberikan keyakinan bahwa dana yang disalurkan benar-benar sampai kepada pihak yang berhak menerimanya.

Selain itu, responden juga mengungkapkan bahwa publikasi kegiatan sosial, dokumentasi penyaluran bantuan, serta informasi program zakat yang disampaikan melalui platform digital semakin memperkuat rasa percaya mereka terhadap layanan zakat daring. Dalam perspektif teori kepercayaan digital, transparansi informasi merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan berbasis teknologi. Semakin terbuka suatu lembaga dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang diberikan oleh pengguna terhadap layanan tersebut.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya keraguan dari sebagian responden terkait aspek keamanan dalam penggunaan layanan zakat digital. Kekhawatiran tersebut berkaitan dengan potensi penyalahgunaan data pribadi, keamanan transaksi daring, serta kemungkinan terjadinya penipuan pada platform yang tidak resmi. Beberapa responden mengaku lebih berhati-hati dalam memilih platform zakat digital, terutama di tengah meningkatnya kasus kejahatan siber dan penyalahgunaan data pada layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap layanan zakat digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh jaminan keamanan sistem serta kredibilitas lembaga pengelola zakat.

Oleh karena itu, lembaga zakat perlu memperkuat sistem keamanan digital sekaligus meningkatkan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menggunakan platform zakat yang resmi dan terpercaya. Keamanan sistem serta perlindungan data pengguna

menjadi aspek yang sangat penting dalam meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap layanan zakat digital berbasis teknologi.

Secara umum, Generasi Z menunjukkan pandangan yang cenderung optimistis terhadap penggunaan layanan zakat digital. Mayoritas responden menilai bahwa pembayaran zakat secara daring lebih praktis, efisien, dan fleksibel dalam pelaksanaannya. Layanan zakat digital juga dinilai selaras dengan gaya hidup Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi. Salah satu responden menyatakan bahwa pembayaran zakat secara digital memberikan kemudahan karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke lembaga zakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa kemudahan akses dan fleksibilitas layanan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi positif Generasi Z terhadap zakat digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengubah pola perilaku masyarakat dalam menjalankan praktik keagamaan, khususnya pada generasi muda. Integrasi antara kemudahan teknologi, transparansi informasi, serta jaminan keamanan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan dan minat Generasi Z terhadap layanan zakat digital.

2. Motivasi Generasi Z dalam Membayar Zakat Secara Digital

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dorongan spiritual menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi Generasi Z dalam membayar zakat secara digital. Mayoritas responden memandang zakat sebagai kewajiban agama yang harus ditunaikan oleh setiap muslim yang telah memenuhi syarat. Mereka menilai bahwa zakat tidak hanya merupakan bentuk ketaatan kepada Allah SWT, tetapi juga wujud kepedulian sosial terhadap masyarakat yang membutuhkan bantuan. Kesadaran spiritual tersebut menjadi dorongan internal yang membuat Generasi Z tetap berkomitmen menunaikan zakat, termasuk melalui platform digital. Para responden juga berpendapat bahwa penggunaan teknologi digital tidak mengurangi nilai ibadah zakat, karena teknologi hanya berfungsi sebagai sarana untuk mempermudah proses pembayaran. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, kondisi ini berkaitan dengan niat berperilaku yang muncul dari keyakinan serta kesadaran spiritual individu (Ajzen, 2020). Semakin tinggi tingkat kesadaran spiritual seseorang, semakin besar pula niatnya untuk menunaikan zakat melalui cara yang dianggap lebih praktis dan efisien (Putri & Suwanan, 2025).

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa motivasi spiritual dan kepedulian sosial menjadi dua unsur penting yang mendorong Generasi Z menggunakan layanan zakat digital. Responden berpendapat bahwa zakat merupakan kewajiban agama yang harus dipenuhi, sedangkan teknologi digital hanya berperan sebagai media yang memudahkan proses pembayaran. Selain itu, adanya kemudahan layanan membuat Generasi Z lebih terdorong untuk menunaikan zakat tanpa harus menunda pembayaran. Putra (22 tahun) menyampaikan:

“Motivasi utama saya karena kewajiban agama dan ingin membantu orang lain. Dengan adanya layanan digital, proses pembayaran menjadi lebih mudah sehingga saya

tidak menunda untuk membayar zakat”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan zakat digital tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kesadaran keagamaan dan rasa kepedulian sosial. Generasi Z memandang zakat sebagai ibadah sekaligus sarana untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Dengan demikian, kemajuan teknologi dapat mendukung praktik filantropi Islam agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda di era digital.

Selain faktor spiritual, faktor sosial juga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa responden mengaku tertarik menggunakan zakat digital karena ingin membantu masyarakat kurang mampu secara lebih cepat dan efisien. Mereka menilai bahwa layanan digital dapat mempercepat proses penyaluran bantuan sehingga manfaat zakat dapat segera diterima oleh para penerima. Kesadaran sosial tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya memandang zakat sebagai kewajiban ibadah, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian terhadap kondisi sosial di sekitarnya. Penelitian mengenai perilaku filantropi Islam juga menjelaskan bahwa generasi muda cenderung lebih aktif dalam kegiatan sosial jika didukung oleh teknologi yang memudahkan proses donasi dan pembayaran zakat (Putri, Al Farisi, & Herawati, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi generasi muda dalam kegiatan filantropi Islam.

Perkembangan teknologi digital turut mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Berdasarkan hasil wawancara, para responden menyatakan bahwa sistem pembayaran zakat digital sesuai dengan gaya hidup modern yang mengutamakan kecepatan dan efisiensi. Penggunaan telepon pintar, dompet digital, mobile banking, dan transaksi non-tunai dalam kehidupan sehari-hari membuat Generasi Z lebih nyaman menggunakan sistem pembayaran digital dibandingkan metode konvensional. Responden juga menilai bahwa layanan zakat digital mampu menghemat waktu karena proses pembayaran dapat dilakukan hanya dalam beberapa menit melalui aplikasi di telepon pintar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keagamaan. Dalam teori penerimaan teknologi dijelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah menerima suatu sistem apabila sistem tersebut dianggap memberikan manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya (Davis, 2019). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kemudahan teknologi menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital (Putri & Suwanan, 2025).

Media sosial juga memiliki peran penting dalam meningkatkan minat Generasi Z untuk membayar zakat secara digital. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian responden memperoleh informasi mengenai zakat digital melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta melalui konten dakwah digital yang disampaikan oleh tokoh masyarakat maupun lembaga zakat resmi. Konten yang disajikan di media sosial dianggap lebih menarik, singkat, dan mudah dipahami oleh generasi muda. Responden juga mengungkapkan bahwa promosi layanan zakat digital di media sosial

membuat mereka semakin tertarik untuk menggunakan platform tersebut. Selain itu, rekomendasi dari teman, keluarga, dan lingkungan sekitar juga mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih layanan zakat digital tertentu (Putri, Al Farisi, & Herawati, 2025). Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, kondisi ini berkaitan dengan norma subjektif, yaitu pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan seseorang dalam melakukan suatu tindakan (Ajzen, 2020). Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan memiliki peran besar dalam meningkatkan pemahaman serta mendorong minat Generasi Z terhadap penggunaan layanan zakat digital.

3. Faktor Pendukung dan Hambatan Penggunaan Zakat Digital pada Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses menjadi faktor utama yang mendorong Generasi Z dalam menggunakan layanan zakat digital. Para responden menilai bahwa pembayaran zakat secara digital memberikan fleksibilitas waktu karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke lembaga pengelola zakat. Selain itu, tampilan aplikasi yang sederhana, proses transaksi yang cepat, serta integrasi dengan e-wallet dan mobile banking membuat layanan zakat digital lebih praktis dan diminati oleh kalangan muda (Putri & Suwanan, 2025). Kehadiran fitur notifikasi pembayaran dan laporan penyaluran dana juga memberikan rasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Kondisi ini sejalan dengan konsep Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi dapat memengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu sistem digital (Davis, 2019). Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula minat untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Disisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan yang masih dirasakan Generasi Z dalam menggunakan zakat digital. Sebagian responden mengungkapkan adanya kekhawatiran terkait keamanan data pribadi dan potensi penyalahgunaan dana pada platform digital tertentu. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai mekanisme zakat digital juga menyebabkan sebagian Generasi Z belum sepenuhnya yakin menggunakan layanan zakat secara daring. Selain itu, beberapa responden menyampaikan adanya kendala teknis, seperti gangguan aplikasi, koneksi internet yang tidak stabil, serta proses verifikasi pembayaran yang terkadang memerlukan waktu cukup lama (Putri & Suwanan, 2025). Dalam teori perceived risk, rasa khawatir terhadap keamanan sistem dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menerima layanan digital (Gefen, 2020). Oleh sebab itu, peningkatan keamanan sistem serta edukasi digital kepada masyarakat menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan terhadap layanan zakat digital.

Berdasarkan hasil wawancara, alasan utama Generasi Z menggunakan zakat digital adalah karena layanan tersebut dinilai lebih praktis, efisien, dan fleksibel. Namun demikian, para pengguna tetap memperhatikan aspek transparansi dan keamanan dalam pengelolaan dana zakat. Salah satu informan bernama Arsela yang berusia 23 tahun menyatakan bahwa “transparansi merupakan hal yang sangat penting karena masyarakat ingin mengetahui secara jelas ke mana dana zakat disalurkan. Menurutnya, laporan penyaluran dana yang terbuka dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap

platform zakat digital”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan informasi menjadi unsur penting dalam membangun keyakinan Generasi Z terhadap layanan zakat digital. Generasi muda cenderung lebih selektif dalam memilih platform digital dan membutuhkan penjelasan yang jelas mengenai pengelolaan serta penyaluran dana zakat. Selain itu, kestabilan sistem dan kejujuran informasi juga menjadi faktor penentu dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan zakat daring. Oleh karena itu, lembaga pengelola zakat perlu meningkatkan transparansi laporan, perlindungan data pengguna, serta kualitas layanan digital agar partisipasi Generasi Z dalam pembayaran zakat digital dapat terus meningkat.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa perkembangan zakat digital membuka peluang besar dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z dalam menunaikan zakat. Akan tetapi, lembaga pengelola zakat perlu memahami karakteristik generasi muda dalam menggunakan layanan digital agar mampu menghadirkan sistem yang lebih efektif, aman, transparan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Transparansi laporan penyaluran dana, penguatan sistem keamanan, pengembangan fitur aplikasi, serta sosialisasi mengenai zakat digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan zakat daring. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi zakat digital juga perlu dioptimalkan karena Generasi Z memiliki tingkat aktivitas digital yang tinggi (Putri & Suwanan, 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa persepsi positif terhadap teknologi, motivasi keagamaan, kemudahan layanan, serta pengaruh lingkungan sosial memiliki hubungan yang erat dengan keputusan Generasi Z dalam membayar zakat secara digital. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan dan manfaat layanan membuat generasi muda lebih tertarik menggunakan platform zakat digital dalam kehidupan sehari-hari. Di samping itu, motivasi religius dan kepedulian sosial turut memperkuat keinginan Generasi Z untuk tetap menunaikan kewajiban zakat melalui media digital. Pengaruh media sosial, lingkungan pergaulan, dan perkembangan budaya transaksi non-tunai juga menjadi faktor yang mempercepat penerimaan layanan zakat digital di kalangan anak muda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan layanan zakat digital yang lebih inovatif, aman, transparan, dan sesuai dengan perkembangan teknologi masa kini (Ajzen, 2020; Davis, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi layanan zakat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan partisipasi Generasi Z dalam pembayaran zakat secara online. Persepsi yang baik terhadap kemudahan layanan, transparansi, dan keamanan transaksi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan penggunaan platform zakat digital. Selain itu, motivasi religius, kepedulian sosial, serta kedekatan Generasi Z dengan teknologi turut mendorong penggunaan layanan zakat berbasis digital sebagai bagian dari aktivitas keagamaan modern. Temuan penelitian ini

menunjukkan bahwa pengembangan layanan zakat digital yang inovatif, terpercaya, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda memiliki peran penting dalam mendukung optimalisasi penghimpunan zakat di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2019). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Akbar, F., & Burhan, M. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko penggunaan digital fundraising terhadap minat pembayaran dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) pada lembaga zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(3), 465–476.
- Al Arif, M. N. R., Nofrianto, N., & Fasa, M. I. (2023). The preference of Muslim young generation in using digital zakat payment: Evidence in Indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p1-16>
- Anggraini, Y., & Indrarini, R. (2022). Analisis pengaruh literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei penetrasi internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id>
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Badan Amil Zakat Nasional. (2024). *Outlook zakat Indonesia 2024*. <https://baznas.go.id>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725.
- 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>
- Davis, F. D., & Granić, A. (2022). *The technology acceptance model: 30 years of TAM*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-45274-2>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Putri, A. R., & Suwanan, A. F. (2025). Determinants of Generation Z's intention to pay zakat digitally. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 12(3), 264–283. <https://doi.org/10.20473/vol12iss20253pp264-283>
- Putri, S. J. S., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2025). Transparansi dan electronic word of mouth: Minat Generasi Z Kabupaten Bogor membayar zakat melalui platform online di BAZNAS. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2). <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.798>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.