

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini terus menjadi perhatian mengenai masalah ketimpangan ekonomi yang ada di Indonesia. Di bulan Maret tahun 2024, tingkat ketimpangan di Indonesia diukur dengan rasio gini sebesar 0,379. Dan hal ini mengalami penurunan dibandingkan dengan tingkat ketimpangan yang terjadi pada bulan Maret 2023 yang tingkat ketimpangannya sebesar 0,388. Informasi ini telah disampaikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).¹

Meskipun ketimpangan ekonomi mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, kondisi ini tetap menjadi perhatian penting. Berbagai upaya masih perlu dilakukan untuk meminimalisir masalah ketimpangan ekonomi ini. Salah satunya adalah dengan melakukan redistribusi kekayaan melalui zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Melalui ZIS, orang yang mempunyai kelebihan harta dapat mendistribusikan hartanya kepada orang yang membutuhkan.

Jumlah zakat yang terkumpul menjadi indikator utama bagaimana kinerja pengelolaan zakat telah berkembang dari waktu ke waktu. Selama satu dekade terakhir, pengumpulan zakat telah tumbuh pada tingkat rata-rata 34,5%. Jika target pengumpulan zakat sebesar Rp33 triliun terpenuhi

¹ Eri Sutrisno, "Indonesia.go.id - Tingkat Ketimpangan Indonesia Alami Penurunan," diakses 8 Desember 2024, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8406/tingkat-ketimpangan-indonesia-alami-penurunan?lang=1>.

pada tahun 2023, maka hanya 10% yang tercapai dengan potensi zakat yang telah diproyeksikan sebesar Rp327,6 triliun. Berbagai upaya telah dilakukan pengelola zakat untuk mendorong penghimpunan zakat nasional, salah satunya adalah pengelolaan ZIS DSKL (Dana Sosial Keagamaan Lainnya) di luar neraca. Hal ini sebagai upaya pencatatan seluruh data pengelolaan ZIS DSKL yang tidak tercantum dalam pencatatan neraca dan laporan keuangan pengelolaan ZIS-DSKL di BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat). Penghimpunan ZIS DSKL yang dilakukan langsung oleh masyarakat, seperti melalui masjid atau lembaga pengelola non-zakat, baik itu berupa uang ataupun barang, diuangkan dan diperhitungkan sebagai penghimpunan zakat nasional. Inisiatif ini berhasil memastikan nilai penghimpunan zakat nasional mengalami kenaikan secara konsisten setiap tahunnya.²

Kemajuan teknologi digital di era modern ini terus mengalami percepatan, maka ini juga berdampak secara signifikan pada perkembangan ZIS di Indonesia baik dari sisi lembaga, peraturan, proses pengumpulan, maupun distribusi. Untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi angka kemiskinan di suatu negara, maka ZIS merupakan salah satu instrumen yang paling utama dalam ekonomi syariah. ZIS mempunyai pengaruh terhadap bidang sosial dan ekonomi masyarakat di suatu negara.

² Muhammad Hasbi Zaenal, et al., *Outlook Zakat Indonesia 2024* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2024), 76-77.

ZIS adalah kegiatan yang hampir sama pengertiannya, yaitu suatu kegiatan yang memberi sebagian harta yang dimiliki kepada pihak-pihak yang membutuhkan bantuan. Namun dibalik itu terdapat beberapa perbedaan yang mendasar diantara pengertian zakat, infak, dan sedekah.³ Zakat dijelaskan dalam QS. At Taubah Ayat 103 :⁴

حُدِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”

Zakat adalah kewajiban bagi setiap Muslim untuk dikeluarkan dari sebagian hartanya, sedangkan infak dan sedekah bersifat sunnah. Meskipun ketiganya memiliki peran yang berbeda dalam kehidupan umat Islam, tujuan akhirnya tetap sama, yaitu membantu sesama serta mewujudkan kesejahteraan bersama.

Tingkat partisipasi masyarakat dalam menunaikan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS), menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, sebagaimana tergambar melalui data pada tabel berikut.

³ Fathya Fikri Izzuddin dan Ibrahim Kholilul Rohman, “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai”, *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance*, Vol. 5 Nomor 2, (2022), 542.

⁴ Al-Qur’an, 9: 103.

Tabel 1. 1

Pertumbuhan Zakat Nasional 2018-2023⁵

Tahun	ZIS (Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2018	8,12	30,42
2019	10,23	26,00
2020	12,51	23,63
2021	14,12	12,85
2022	22,43	52,14
2023	32,32	43,74

Sumber : Baznas (2023), data diolah 2024

Hal ini menunjukkan bahwa pengumpulan ZIS setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2018 sejumlah 8,12 milyar rupiah dan seiring dengan bertambahnya tahun terus mengalami kenaikan sampai pada tahun 2023 menjadi 32,32 milyar rupiah.

Pendekatan kesadaran masyarakat dalam menunaikan ZIS kini turut diperkuat oleh perkembangan teknologi digital yang semakin mempermudah proses pembayaran. Saat ini, masyarakat cenderung memilih metode pembayaran ZIS secara daring. Untuk mendukung hal tersebut, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) telah menjalin kerja sama dengan berbagai kanal digital, seperti *e-commerce*, *artificial intelligence* (AI), sosial media, serta beragam layanan pembayaran elektronik seperti layanan digital seperti Gopay, OVO, Gojek, Kitabisa,

⁵ Baznas.go.id, “Statistik Zakat Nasional”, diakses 8 Desember 2024, <https://baznas.go.id/statistik-zakat-nasional>.

Teash, Jenius, Lenna, Kaskus, Lazada, Tokopedia, Shopee, Matahari Mall, Oy! Indonesia dan Line.⁶

Berikut ini adalah grafik pertumbuhan zakat digital BAZNAS :

Gambar 1. 1

Grafik Pertumbuhan Zakat Digital BAZNAS⁷



Sumber: BAZNAS, 2024

UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM

Seiring dengan kemajuan teknologi, pengumpulan ZIS kini dapat dilakukan tanpa harus datang langsung ke lokasi. Masyarakat dapat membayar ZIS dari mana saja melalui layanan pembayaran digital. Gambar diatas menunjukkan terdapat peningkatan tiap tahun jumlah zakat yang dikumpulkan melalui digital.

⁶ Mega Rachma Kurniaputri, et al., “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 No. 2, (2020), 16.

⁷ Mia Amelia dan Nasrulloh, “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Digital ZIS Dengan Kemudahan Akses Teknologi Sebagai Variabel Moderating”, *Journal on Islamic Finance*, Vol.10 No. 02, (2024), 407.

Salah satu adanya perkembangan pengelolaan ZIS melalui digital adalah di Kabupaten Mojokerto. Berdasarkan laporan BAZNAS Kabupaten Mojokerto, pengumpulan dana ZIS mengalami peningkatan signifikan dari Rp 4 miliar pada tahun 2023 menjadi Rp 6 miliar pada tahun 2024 dengan jumlah muzakki aktif sekitar 6.665 orang.⁸ Kenaikan ini tidak terlepas dari upaya BAZNAS dalam memudahkan pembayaran ZIS melalui kanal digital serta dukungan peluncuran sistem informasi dan adanya kantor digital sejak tahun 2022.⁹

Dengan adanya platform digital, maka muzaki dan munfik dapat lebih mudah dalam membayar ZIS. Orang yang berzakat bisa langsung melakukan pembayaran ZIS tanpa perlu datang langsung ke kantor lembaga pengelola zakat. Potensi penerimaan zakat akan meningkat jika semakin banyak orang yang menggunakan layanan ini untuk membayar ZIS. Dengan adanya layanan pembayaran ZIS melalui platform digital maka ada beberapa faktor yang dinilai mampu menjadikan dorongan yang kuat bagi seseorang dalam mengambil suatu keputusan, diantaranya adalah religiusitas.

Religiusitas mengacu pada sejauh mana keyakinan dan sikap seseorang terhadap prinsip keagamaan yang diyakininya, termasuk

⁸ Spotnews, "BAZNAS Kabupaten Mojokerto Capai Target Pengumpulan ZIS Tahun 2024 Sebesar Rp 6 Miliar", diakses 6 Mei 2025, <https://www.spotnews.id/baznas/baznas-kabupaten-mojokerto-targetkan-pengumpulan-zis-rp-6-miliar-di-tahun-2024/>.

⁹ Antaranews, "BAZNAS Tekankan Digitalisasi Dalam Rangka Optimalkan Pengelolaan Zakat", diakses 6 Mei 2025, <https://www.antaraneews.com/berita/4339135/baznas-tekankan-digitalisasi-dalam-rangka-optimalkan-pengelolaan-zakat>.

pelaksanaan ibadah (praktik ritual) yang meliputi hubungan vertikal dengan Tuhan dan hubungan horizontal dengan sesama makhluk. Tujuan dari religiusitas ini adalah untuk menemukan makna hidup dan mencapai kebahagiaan.¹⁰ Glock dan Stark memberikan definisi religiusitas sebagai tingkat pengetahuan individu terhadap agama yang dianut dan pemahaman yang mendalam terhadap ajaran-ajaran agama tersebut.¹¹ Berdasarkan pendapat Stark dan Glock, religiusitas diklasifikasikan menjadi lima dimensi. Diantaranya adalah dimensi keyakinan atau ideologi, ritual, pengetahuan agama, intelektual atau penghayatan, dan konsekuensial.

Religiusitas yang dimaksud dalam hal ini adalah tingkat pemahaman seseorang terhadap kewajiban membayar zakat dan anjuran membayar infak dan sedekah serta tingkat kesadarannya dalam melaksanakannya. Hal ini sangat relevan dengan kondisi masyarakat di Kabupaten Mojokerto, dimana dari laporan BPS Kabupaten Mojokerto diketahui bahwa mayoritas beragama islam yang mana pada tahun 2023 dengan total 1.031.042.¹² Masyarakat di daerah ini biasanya terlibat dalam berbagai kegiatan keagamaan, diantaranya adalah pengajian, tahlilan dan yasinan, peringatan hari besar islam dan yang lainnya. Menurut informasi yang diperoleh dari artikel di situs resmi Diskominfo Informatika

¹⁰ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *RELIGIUSITAS Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta Pusat: Blibliosmia Karya Indonesia, 2021), 13.

¹¹ Ibid., 11.

¹² Badan Pusat Statistik Kabupaten Mojokerto, "Jumlah Penduduk Agama Islam Menurut Kecamatan", diakses 8 April 2025, <https://mojokertokab.bps.go.id>.

Kabupaten Mojokerto, salah satu bentuk kegiatan keagamaan dalam masyarakat adalah kegiatan pengajian muslimat dan fatayat NU yang dilaksanakan oleh Pengurus Anak (PAC) Cembor Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto.¹³ Sehingga dari berbagai kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh masyarakat dapat menciptakan lingkungan yang mendukung praktik religiusitas yang tinggi. Terutama juga mendukung kesadaran akan kewajiban membayar zakat, infak, dan sedekah.

Selain religiusitas, *e-service quality* juga menentukan dalam membayar ZIS melalui platform digital. *E-service quality* atau kualitas layanan elektronik berlandaskan pada layanan yang disediakan melalui internet. Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra pertama kali memperkenalkan gagasan mengenai kualitas layanan elektronik. Mereka menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik adalah sejauh mana web menyediakan fasilitas belanja yang efektif dan efisien saat membeli dan mengirimkan produk atau layanan (jasa).¹⁴

Terdapat tujuh dimensi utama dalam *e-service quality* diantaranya adalah efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak. Dimensi-dimensi tersebut menjadi sangat penting dalam konteks peningkatan literasi digital masyarakat Kabupaten

¹³ Diskominfo-Informatika, "Hadiri Pengajian Muslimat dan Fatayat Desa Cembor, Bupati Ikfina Apresiasi Dukungan Kaum Ibu dalam Pembangunan Kabupaten Mojokerto", diakses 8 April 2025, <https://mojokertokab.go.id>.

¹⁴ Siti Asnaniyah, "Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim", *Journal Of Comprehensive Islamic Studies (JoCIS)*, Vol. 1 Nomor 2, (2022), 278.

Mojokerto. Berbagai inisiatif pelatihan digital seperti yang diberikan kepada pelaku UMKM, pemanfaatan layanan elektronik dalam berbagai transaksi juga mengalami peningkatan.¹⁵ Dalam konteks membayar zakat, infak dan sedekah kualitas layanan elektronik yang baik mampu memberikan kemudahan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna dalam melaksanakan kewajiban syariah melalui platform digital. Hal ini semakin relevan dengan adanya peningkatan pemahaman masyarakat terhadap teknologi keuangan digital yang diperkenalkan melalui berbagai program literasi digital.

Selain itu, rasa kepercayaan juga perlu dipertimbangkan dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital. Menurut McKnight et al., kepercayaan mengacu pada keyakinan konsumen terhadap kapasitas penjual untuk bekerja dalam kondisi tertentu, kesiapan menerima risiko apapun, dan kemauan untuk berbagi informasi pribadi selama transaksi online. Kepercayaan dalam konteks teknologi informasi dapat dipahami sebagai keyakinan pengguna terhadap keandalan, keamanan, dan integritas suatu sistem atau teknologi.¹⁶ Indikator yang berfungsi sebagai instrumen untuk mengukur

¹⁵ APTIKA Kominfo, "Pelatihan UMKM Mojokerto Agar Mampu Bersaing di Era Digital", diakses 20 Maret 2025, aptika.kominfo.go.id.

¹⁶ Adilla Fathina, Hardius Usman, dan Hendri Sutrisno, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah: Studi Kasus pada Kabupaten/Kota di Indonesia", *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 20, No. 2, (2021).

tingkat kepercayaan seseorang terhadap teknologi diantaranya yaitu integritas, *benevolence* (kebaikan hati), *competency*, dan *predictability*.

Kepercayaan dalam membayar ZIS melalui platform digital adalah tingkat keyakinan pengguna dalam menggunakan platform digital sebagai media untuk menyalurkan zakat, infak dan sedekah. Yang mana donasinya akan dikumpulkan melalui suatu aplikasi dan ZIS akan disalurkan kepada lembaga yang sudah bekerja sama dengan pihak platform digital untuk disalurkan kepada yang membutuhkan.

Menurut Kotler dan Keller, keputusan merupakan suatu proses yang dijalani untuk menyelesaikan permasalahan, yang melibatkan beberapa tahapan, seperti pencarian informasi, penilaian terhadap berbagai alternatif, pengambilan keputusan pembelian, serta perilaku konsumen setelah melakukan pembelian. Di sisi lain, Boyd dan Walker mendefinisikan keputusan konsumsi sebagai sebuah pendekatan untuk memecahkan masalah dalam kegiatan manusia yang berhubungan dengan konsumsi produk, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Keputusan yang diambil oleh konsumen menggambarkan perilaku individu ketika menggunakan barang atau jasa.¹⁷

Dari pengertian diatas maka pengertian keputusan adalah sebuah proses yang diambil guna mengatasi permasalahan pada kegiatan yang

¹⁷ Mega Rachma Kurniaputri, et al, "Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 Nomor 2, (2020), 17.

dijalani oleh manusia ketika mengonsumsi suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Keputusan untuk berdonasi atau membayar zakat, Infak, dan sedekah (ZIS) dapat disamakan dengan proses pengambilan keputusan dalam pembelian, karena keduanya mengikuti langkah-langkah yang sama dalam proses pengambilan keputusan. Perbedaannya terletak pada pihak yang melakukannya.¹⁸ Dan keputusan membayar ZIS melalui platform digital juga melibatkan berbagai pertimbangan yang sama dengan keputusan pembelian dalam konteks pemasaran.

Berdasarkan pendapat Kotler, keputusan pembelian dapat diukur melalui beberapa indikator, diantaranya adalah kemantapan terhadap suatu produk, kebiasaan dalam membeli suatu produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pengembalian kembali/ulang.¹⁹

Religiusitas pada setiap individu dapat dijadikan acuan dalam seseorang mengambil keputusan membayar ZIS melalui platform digital. Jika religiusitas dalam diri sudah dalam tingkat yang tinggi maka dapat mempengaruhi kualitas keputusan membayar ZIS melalui platform digital. Kemudian *e-service quality* juga dapat mempengaruhi keputusan. Hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa mutu layanan digital

¹⁸ Nadia Salsabila dan Imanuddin Hasbi, "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Crowdfunding Platform Kitabisa.com", *Jurnal Ilmiah MEA*, Vol. 5 No. 2, 166.

¹⁹ Nur Azizah, Sahlan Hasbi, dan Fitri Yetty, "Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di KITABISA.COM", *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 06 No.02, (2021), 115.

memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna serta kepercayaan mereka terhadap platform yang digunakan. Sebuah studi mengenai strategi pengembangan kualitas layanan digital di sektor perbankan syariah di Kota Kediri (2023) menekankan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan kualitas layanan melalui teknologi digital tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap platform.²⁰ Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital, semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk bertransaksi melalui platform tersebut.

Begitu pula dengan tingkat kepercayaan seseorang juga dapat mempengaruhi keputusan. Jika dalam diri seseorang tersebut sudah timbul rasa kepercayaan terhadap suatu platform digital, maka lebih mudah lagi seseorang dalam mengambil keputusan melakukan pembayaran ZIS dengan memanfaatkan platform digital.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat muslim Kabupaten Mojokerto karena mayoritas penduduknya beragama islam dan terdapat berbagai inisiatif dan program dari pemerintah daerah yang menunjukkan adanya peningkatan mengenai kesadaran, pemahaman, dan keterampilan

²⁰ Surahmah, "Strategi Pengembangan Kualitas Layanan Digital dalam Membentuk Nasabah BSI Sidoarjo", *Journal of Social Studies*, Vol. 1 No. 2, (2024), 94-95.

terhadap literasi digital pada masyarakat meskipun data kuantitatif mengenai hal ini masih terbatas.

Beberapa bukti yang mendukung hal tersebut diantaranya adalah, menurut informasi yang diperoleh dari artikel di situs resmi Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Mojokerto pada tanggal 30 Agustus 2023 diadakan program pelatihan literasi digital untuk Tim Penggerak PKK Kabupaten Mojokerto. Pelatihan ini menekankan pentingnya literasi digital dalam kehidupan sehari-hari, dengan fokus pada budaya dan etika digital.²¹ Selain itu terdapat program seminar literasi digital untuk siswa SMK yang dilaksanakan pada 19 Februari 2024. Program ini bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital secara bijak dan efektif.²² Melalui berbagai program tersebut, merupakan bentuk meningkatkan literasi digital di Kabupaten Mojokerto.

Dengan mempertimbangkan latar belakang permasalahan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana untuk meningkatkan keputusan membayar ZIS saat ini melalui religiusitas, *e-service quality*, dan kepercayaan melalui platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Religiusitas, *E-Service Quality*, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infak, dan**

²¹ Diskominfo-Informatika, “Bina TP PKK, Bupati Mojokerto Imbau Pentingnya Literasi Digital di Dunia Maya”, diakses 17 Desember 2024, <https://mojokertokab.go.id>.

²² Jatim Newsroom, “400 Siswa SMK se-Mojokerto Ikuti Seminar Literasi Digital”, diakses 17 Desember 2024, dalam <https://kominfo.jatimprov.go.id>.

Sedekah Melalui Platform Digital (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Mojokerto) ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel religiusitas terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *e-service quality* terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital?
4. Apakah variabel religiusitas, *e-service quality*, dan kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh religiusitas secara parsial terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital.

2. Mengetahui pengaruh *e-service quality* secara parsial terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital.
3. Mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital.
4. Mengetahui pengaruh religiusitas, *e-service quality*, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya wawasan dan pengetahuan, khususnya terkait bidang ZIS. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar ZIS.
 - b. Dapat berfungsi sebagai tambahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan kesempatan untuk memperluas pengetahuan dengan memahami fakta-fakta yang ada di lapangan secara langsung. Hal ini memungkinkan untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh sekaligus untuk mengukur sejauh mana keterkaitan antara teori yang dipelajari dan praktiknya di dunia nyata.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan serta bahan pertimbangan bagi mahasiswa untuk menunaikan kewajiban bersedekah dari sebagian harta yang dipunya untuk ikut berperan dalam membantu kesejahteraan di negara Indonesia.

