JURNAL Keilmuan dan Keislaman
e-ISSN 2964-4941

Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat: Peran Mediasi Religiusitas pada Muzaki di Kabupaten Dharmasraya

Achyar Riyanda Halim[1]✉, Muhammad Rafqi Amin[2]

[1,2]*Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, STITNU Sakinah Dharmasraya, Indonesia*

✉*Corresponding email: riyanda.halim92@gmail.com*

Histori Artikel:

Submit: 19 Juli 2026; Revisi: 30 Agustus 2026; Diterima: 6 September 2026
Publikasi: 10 September 2026; Periode Terbit: September 2026

Doi: 10.23917/jkk.v5i3.1307

Abstrak

Zakat merupakan instrumen penting dalam redistribusi kekayaan dan pengentasan kemiskinan, namun kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunan zakat masih menjadi persoalan, termasuk di Kabupaten Dharmasraya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi zakat dan kepercayaan digital terhadap kepatuhan zakat serta menguji peran religiusitas sebagai variabel mediator. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan survei *cross-sectional*. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 167 muzaki di Kabupaten Dharmasraya dengan teknik *purposive sampling*, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan uji mediasi berdasarkan pendekatan Baron dan Kenny yang dikonfirmasi melalui uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi zakat dan kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan zakat. Kepercayaan digital menunjukkan koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan literasi zakat. Selain itu, literasi zakat dan kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas, sedangkan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan zakat. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa religiusitas memediasi secara signifikan hubungan literasi zakat dan kepercayaan digital terhadap kepatuhan zakat, dengan pola mediasi parsial. Model yang melibatkan ketiga variabel prediktor mampu menjelaskan 90,3% variasi kepatuhan zakat. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan integratif yang menggabungkan peningkatan literasi zakat, penguatan kepercayaan terhadap kanal pembayaran digital, dan penguatan nilai religius dalam meningkatkan kepatuhan muzaki.

Kata Kunci: literasi zakat; kepercayaan digital; religiusitas; kepatuhan zakat; muzaki

Pendahuluan

Zakat merupakan salah satu instrumen redistribusi kekayaan dalam ekonomi Islam yang berperan dalam pengentasan kemiskinan sekaligus penguatan solidaritas sosial. Dalam perspektif ekonomi Islam kontemporer, zakat tidak hanya dipahami sebagai kewajiban ritual, tetapi juga sebagai instrumen sosial-ekonomi untuk

mengurangi kesenjangan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Defrilia et al., 2025). Potensi tersebut sangat besar di Indonesia. Dengan populasi Muslim mencapai 87,08% dari sekitar 282 juta jiwa, penghimpunan zakat melalui lembaga pengelola resmi memiliki peluang besar menjadi sumber pembiayaan sosial-keagamaan yang produktif (Anam et al., 2023).

Meskipun demikian, besarnya potensi zakat belum sepenuhnya tercermin dalam realisasi penghimpunan. Outlook BAZNAS mencatat bahwa pengumpulan zakat di Sumatera Barat pada 2024 mencapai pertumbuhan sebesar Rp182 miliar atau 16,22%, masih berada di bawah rata-rata pertumbuhan nasional sebesar 23,43% (Sauri et al., 2025). Kondisi serupa terlihat di Kabupaten Dharmasraya. Potensi zakat, termasuk zakat *off-balance sheet* dari muzaki yang belum terdaftar secara resmi, diperkirakan mencapai Rp23,81 miliar yang bersumber antara lain dari sektor pegawai negeri sipil (PNS), pertanian, perkebunan kelapa sawit, dan pertambangan. Namun, realisasi penghimpunan melalui lembaga resmi masih berada di bawah target BAZNAS Kabupaten Dharmasraya (Kurniawan & Dzikrulloh, 2023). Meskipun Indeks Zakat Nasional (IZN) Dharmasraya mencapai 0,57 dan tergolong relatif baik dibandingkan kabupaten/kota lain di Sumatera Barat, capaian tersebut belum menunjukkan kondisi yang optimal. Kesenjangan antara potensi dan realisasi tersebut menunjukkan perlunya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan muzaki.

Kesenjangan tersebut tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor tunggal. Dalam literatur zakat, literasi zakat, kepercayaan digital, dan religiusitas merupakan faktor yang relevan, tetapi umumnya dikaji secara terpisah (Nuradi et al., 2025). Literasi zakat berkaitan dengan pemahaman muzaki mengenai hukum, nisab, jenis, dan manfaat zakat yang dapat membentuk persepsi serta perilaku kepatuhan. Canggih & Indrarini (2021) menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh positif terhadap kepatuhan membayar zakat. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa niat membayar zakat tidak selalu memediasi hubungan tersebut secara konsisten, sehingga keterkaitan literasi dan kepatuhan masih relevan untuk diuji pada konteks yang berbeda (Putri & Jatnika, 2025). Di Dharmasraya, pemahaman masyarakat yang masih lebih berorientasi pada zakat fitrah, sementara pemahaman mengenai zakat mal dan zakat profesi belum merata, menunjukkan pentingnya penguatan literasi zakat.

Selain literasi, perkembangan kanal pembayaran digital menempatkan kepercayaan digital sebagai faktor penting dalam keputusan muzaki. Kepercayaan digital mencakup persepsi terhadap keamanan sistem informasi, transparansi laporan keuangan, dan keandalan platform yang digunakan untuk menyalurkan zakat (Febriana et al., 2022). Aspek tersebut tidak hanya berkaitan dengan keandalan teknis, tetapi juga dengan integritas lembaga

dalam mengurangi asimetri informasi antara pengelola zakat dan muzaki (Aulia & Maulida, 2026). Meskipun kemudahan pembayaran melalui platform digital dapat meningkatkan partisipasi muzaki, penetrasi teknologi keuangan belum sepenuhnya diikuti oleh pergeseran perilaku pembayaran zakat secara digital, khususnya pada wilayah nonperkotaan (Andini et al., 2026).

Faktor lain yang penting adalah religiusitas. Sejumlah penelitian menempatkan religiusitas sebagai determinan perilaku pembayaran zakat (Sawmar & Mohammed, 2021). Namun, religiusitas umumnya diperlakukan sebagai variabel independen yang berdiri sendiri dan belum banyak ditempatkan sebagai variabel mediator yang menghubungkan literasi zakat dan kepercayaan digital dengan kepatuhan zakat. Secara konseptual, pengetahuan dan kepercayaan terhadap kanal pembayaran belum tentu menghasilkan kepatuhan apabila tidak diperkuat oleh dorongan keagamaan yang mengubah pemahaman dan keyakinan menjadi tindakan nyata. Oleh karena itu, posisi religiusitas sebagai mediator menjadi penting untuk diuji, khususnya pada konteks kabupaten berkembang (Jannah, 2026).

Penelitian mengenai zakat digital juga masih banyak berfokus pada wilayah perkotaan atau masyarakat dengan tingkat adopsi teknologi yang relatif tinggi (Defrilia et al., 2025). Padahal, kabupaten berkembang seperti Dharmasraya memiliki karakteristik sosiokultural dan struktur ekonomi yang berbeda, dengan basis pertanian dan perkebunan serta tingkat literasi zakat yang belum merata. Kondisi tersebut berpotensi menghasilkan pola hubungan antarvariabel yang berbeda dari wilayah perkotaan (Mushdalifah et al., 2024).. Dengan demikian, pengujian literasi zakat dan kepercayaan digital sebagai prediktor kepatuhan, serta religiusitas sebagai variabel mediator, menawarkan perspektif yang masih terbatas dalam kajian zakat pada konteks kabupaten berkembang.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi zakat, kepercayaan digital, dan religiusitas terhadap kepatuhan zakat serta menguji peran mediasi religiusitas dalam hubungan literasi zakat dan kepercayaan digital terhadap kepatuhan zakat. Pengujian mediasi dilakukan menggunakan pendekatan Yusfiarto et al (2020) yang dikonfirmasi melalui uji Sobel. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian perilaku muzaki sekaligus menjadi dasar bagi lembaga amil zakat dan pemerintah daerah dalam menentukan prioritas intervensi, baik melalui penguatan literasi zakat, peningkatan kepercayaan terhadap kanal digital, maupun pendekatan keagamaan untuk meningkatkan kepatuhan zakat di wilayah dengan karakteristik serupa.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) yang

bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antarvariabel serta menguji peran religiusitas sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi zakat dan kepercayaan digital terhadap kepatuhan zakat. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan pendekatan *cross-sectional*, yaitu data dikumpulkan pada satu periode tertentu menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian (Anwar et al., 2025). Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara statistik menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 27.

Populasi penelitian adalah seluruh muzaki yang berdomisili di Kabupaten Dharmasraya, baik yang telah maupun belum menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat resmi, seperti BAZNAS atau Lembaga Amil Zakat (LAZ). Karena jumlah populasi muzaki di Kabupaten Dharmasraya tidak diketahui secara pasti, penentuan ukuran sampel mengacu pada pedoman Syahputra & Mukhtasar (2021), yaitu sebesar 5–10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan jumlah 20 indikator pada empat variabel penelitian, ukuran sampel minimum yang diperoleh adalah 100–200 responden. Penelitian ini menetapkan target sebanyak 167 responden untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak lengkap (*incomplete response*) serta memperoleh jumlah observasi yang memadai untuk analisis statistik parametrik.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi: (1) beragama Islam; (2) berdomisili dan/atau memiliki penghasilan atau usaha di Kabupaten Dharmasraya; dan (3) tergolong sebagai muzaki atau telah memenuhi ketentuan sebagai pihak yang memiliki kewajiban membayar zakat. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki karakteristik dan pengalaman yang relevan dengan variabel yang diteliti.

Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner terstruktur. Penyebaran kuesioner dilakukan secara luring dan daring menggunakan Google Forms kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima poin, dengan skor 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan skor 5 menunjukkan "sangat setuju". Instrumen penelitian disusun berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel, yang meliputi literasi zakat, kepercayaan digital, religiusitas, dan kepatuhan zakat. Setiap variabel diukur melalui sejumlah indikator yang disesuaikan dengan landasan teori dan penelitian terdahulu.

Data yang terkumpul selanjutnya melalui tahapan pemeriksaan kelengkapan, pengkodean, dan pengolahan data sebelum dilakukan analisis statistik. Analisis meliputi pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik, serta pengujian hipotesis

untuk mengetahui pengaruh antarvariabel. Pengujian pengaruh langsung dilakukan untuk menganalisis hubungan literasi zakat, kepercayaan digital, dan religiusitas terhadap kepatuhan zakat (Hendarto & Hadiwijayanti, 2025). Selanjutnya, pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui peran religiusitas dalam memediasi hubungan literasi zakat dan kepercayaan digital terhadap kepatuhan zakat. Analisis mediasi dilakukan menggunakan pendekatan *causal steps* dan dikonfirmasi dengan uji Sobel (Yusfiarto et al., 2020).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, seluruh variabel dalam model penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital memiliki pengaruh relatif lebih kuat terhadap Kepatuhan Zakat dibandingkan Literasi Zakat, sementara Religiusitas terbukti berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan kedua variabel tersebut dengan Kepatuhan Zakat (Mulyo et al., 2023). Temuan ini selanjutnya dibahas dengan mengaitkan hasil empiris dengan landasan teoretis, penelitian terdahulu, serta konteks karakteristik muzaki di Kabupaten Dharmasraya. Pembahasan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pengaruh langsung Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat, peran Religiusitas sebagai variabel mediator, serta kekuatan model dan implikasinya bagi penguatan ekosistem pengelolaan zakat digital.

a. Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat

Kepatuhan zakat merupakan bentuk aktualisasi kewajiban keagamaan yang tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran normatif, tetapi juga oleh pemahaman individu mengenai zakat dan keyakinan terhadap mekanisme penyalurannya. Dalam konteks penelitian ini, Literasi Zakat (X1) merepresentasikan tingkat pemahaman muzaki mengenai ketentuan, hukum, manfaat, serta mekanisme zakat, sedangkan Kepercayaan Digital (X2) berkaitan dengan keyakinan muzaki terhadap keamanan, keandalan, transparansi, dan kredibilitas kanal digital yang digunakan dalam pembayaran zakat (Nopiardo et al., 2025). Oleh karena itu, pembahasan pada bagian ini difokuskan pada pengaruh kedua variabel tersebut terhadap Kepatuhan Zakat (Y).

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap ketiga variabel berada pada tingkat yang relatif tinggi. Literasi Zakat memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan standar deviasi 0,67, sedangkan Kepercayaan Digital memiliki nilai rata-rata 4,15 dengan standar deviasi 0,68. Adapun Kepatuhan Zakat memperoleh nilai rata-rata 4,08 dengan standar deviasi 0,72. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat pemahaman zakat, kepercayaan

terhadap kanal digital, dan kepatuhan zakat yang positif.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Dev.
Literasi Zakat (X1)	167	1,57	5,00	4,04	0,67
Kepercayaan Digital (X2)	167	1,57	5,00	4,15	0,68
Kepatuhan Zakat (Y)	167	1,43	5,00	4,08	0,72

Tabel 1 memperlihatkan bahwa Kepercayaan Digital memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,15, diikuti Kepatuhan Zakat sebesar 4,08 dan Literasi Zakat sebesar 4,04. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden relatif memiliki keyakinan yang baik terhadap penggunaan kanal digital dalam aktivitas pembayaran zakat. Sementara itu, standar deviasi seluruh variabel lebih kecil daripada nilai rata-ratanya, yang menunjukkan bahwa variasi jawaban responden relatif terkendali (Faruqi et al., 2024). Namun, kondisi tersebut sebaiknya dipahami sebagai rendahnya penyebaran relatif data terhadap rerata, bukan sebagai bukti bahwa data sepenuhnya homogen atau bebas dari nilai ekstrem.

Sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel, kualitas instrumen penelitian terlebih dahulu dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Kepatuhan Zakat memiliki nilai *r hitung* di atas *r tabel* sebesar 0,15. Pada Literasi Zakat, nilai korelasi item berkisar antara 0,430–0,668; Kepercayaan Digital berkisar antara 0,603–0,739; sedangkan Kepatuhan Zakat berkisar antara 0,573–0,818. Dengan demikian, seluruh item memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan untuk mengukur konstruk penelitian. Konsistensi internal instrumen juga tergolong baik, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,845 untuk Literasi Zakat, 0,878 untuk Kepercayaan Digital, dan 0,903 untuk Kepatuhan Zakat.

Setelah instrumen dinyatakan layak, pengujian dilanjutkan dengan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat (Thambu et al., 2021). Model ini merupakan model pengaruh total sebelum variabel Religiusitas dimasukkan sebagai mediator. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda terhadap Kepatuhan Zakat

Variabel	Koefisien B	Std. Error	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	-0,169	0,125	-1,358	0,176	Tidak signifikan
Literasi Zakat (X1)	0,440	0,059	7,444	0,000	Positif dan signifikan
Kepercayaan Digital (X2)	0,595	0,059	10,143	0,000	Positif dan signifikan

Berdasarkan Tabel 2, Literasi Zakat memiliki koefisien regresi sebesar 0,440 dengan nilai *t* sebesar 7,444 dan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, Literasi Zakat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat. Artinya, peningkatan pemahaman muzaki mengenai zakat cenderung diikuti oleh peningkatan kepatuhan dalam menunaikan kewajiban zakat (Zaeni et al., 2024). Secara substantif, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai ketentuan zakat dapat menjadi landasan penting bagi terbentuknya perilaku kepatuhan. Muzaki yang memahami kewajiban, ketentuan, serta manfaat zakat memiliki dasar kognitif yang lebih kuat untuk mengimplementasikan kewajiban tersebut dalam perilaku nyata.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Canggih dan Indrarini (2021) yang menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh positif terhadap kepatuhan membayar zakat. Hasil tersebut juga mendukung temuan Yusfiarto et al. (2020) mengenai pentingnya faktor pengetahuan dan pemahaman dalam membentuk perilaku terkait pembayaran zakat. Dengan demikian, hasil penelitian pada muzaki di Kabupaten Dharmasraya memperkuat argumentasi bahwa literasi zakat bukan sekadar kemampuan memahami konsep keagamaan, tetapi dapat berfungsi sebagai fondasi kognitif dalam mendorong kepatuhan.

Besarnya koefisien Literasi Zakat sebesar 0,440 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan skor Literasi Zakat secara teoritis diikuti peningkatan sebesar 0,440 satuan pada skor Kepatuhan Zakat, dengan asumsi variabel Kepercayaan Digital berada dalam kondisi konstan. Interpretasi tersebut harus dipahami sebagai hubungan statistik berdasarkan model penelitian, bukan sebagai bukti bahwa peningkatan literasi secara otomatis menyebabkan perubahan perilaku pada setiap individu (Arwen et al., 2025).

Selanjutnya, Kepercayaan Digital menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,595, dengan nilai *t* sebesar 10,143 dan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat. Koefisiennya juga lebih besar dibandingkan koefisien Literasi Zakat dalam model yang sama. Dengan demikian, dalam konteks sampel penelitian ini, kepercayaan terhadap kanal digital memiliki hubungan yang lebih besar dengan Kepatuhan Zakat dibandingkan Literasi Zakat berdasarkan koefisien regresi tidak terstandarisasi (Putri et al., 2022). Temuan ini perlu dibaca secara hati-hati karena perbandingan kekuatan pengaruh idealnya juga mempertimbangkan koefisien beta terstandarisasi.

Tabel 3. Ringkasan Kelayakan dan Daya Jelaskan Model Kepatuhan Zakat

Model	R	R Square	Adjusted R Square	F-hitung	Sig. F	Prediktor
Model 2	0,937	0,879	0,877	593,399	0,000	Literasi Zakat + Kepercayaan Digital

Tabel 3 menunjukkan bahwa model yang memasukkan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital sebagai prediktor memiliki nilai R Square sebesar 0,879. Artinya, sebesar 87,9% variasi Kepatuhan Zakat pada sampel penelitian dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 12,1% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai *F* sebesar 593,399 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model secara simultan signifikan. Dengan demikian, kombinasi literasi dan kepercayaan digital memiliki daya jelas yang tinggi terhadap kepatuhan zakat dalam konteks responden penelitian (Jasuma et al., 2026).

Pengaruh Kepercayaan Digital yang relatif kuat dapat dipahami dari karakteristik pembayaran zakat melalui kanal digital. Ketika pembayaran zakat dilakukan melalui sistem elektronik, muzaki tidak hanya mempertimbangkan aspek kewajiban agama, tetapi juga aspek keamanan transaksi, kredibilitas lembaga, transparansi pengelolaan dana, dan keandalan platform. Kepercayaan menjadi penting karena transaksi digital menciptakan jarak antara muzaki sebagai pemberi zakat dan lembaga sebagai pengelola dana (Asrani et al., 2025). Semakin tinggi keyakinan bahwa dana akan diterima dan dikelola oleh lembaga yang kredibel, semakin rendah risiko persepsian yang dirasakan muzaki. Temuan ini relevan dengan Mushdalifah et al. (2024) yang menempatkan keamanan, transparansi, dan keandalan sebagai elemen penting dalam membentuk kepercayaan digital.

Dalam konteks Kabupaten Dharmasraya, temuan tersebut memiliki implikasi praktis yang penting. Penguatan kepatuhan zakat tidak cukup dilakukan melalui peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai hukum dan ketentuan zakat (Asrani et al., 2025). Lembaga amil zakat juga perlu memastikan bahwa kanal pembayaran digital yang disediakan memiliki sistem keamanan yang memadai, informasi transaksi yang transparan, bukti pembayaran yang mudah diverifikasi, serta informasi mengenai penyaluran dana yang dapat diakses oleh muzaki. Dengan demikian, peningkatan literasi zakat dan pembangunan kepercayaan digital dapat berjalan secara simultan.

Secara keseluruhan, hasil pengujian mendukung H1 dan H2, yaitu Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat. Temuan ini memperlihatkan bahwa kepatuhan muzaki dalam penelitian ini dibentuk oleh kombinasi antara faktor kognitif berupa pemahaman zakat dan faktor kepercayaan terhadap mekanisme pembayaran digital. Namun, karena desain penelitian bersifat *cross-sectional*, hasil tersebut menunjukkan hubungan

empiris dalam data penelitian dan belum dapat diinterpretasikan sebagai bukti kausalitas yang mutlak (Febriandika et al., 2023). Temuan mengenai pengaruh langsung ini selanjutnya menjadi dasar untuk menganalisis apakah Religiusitas dapat menjelaskan sebagian mekanisme hubungan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat melalui peran mediasi.

b. Peran Religiusitas sebagai Mediator dalam Hubungan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat

Religiusitas dalam penelitian ini ditempatkan sebagai variabel mediator yang menjelaskan mekanisme hubungan antara Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat. Posisi tersebut didasarkan pada argumentasi bahwa pengetahuan mengenai zakat dan kepercayaan terhadap mekanisme pembayaran belum tentu secara langsung menghasilkan perilaku kepatuhan tanpa adanya dorongan internal yang bersumber dari nilai dan komitmen keagamaan (Rania & Susilo, 2026). Dengan demikian, religiusitas tidak hanya dipandang sebagai faktor yang berdiri sendiri, tetapi juga sebagai mekanisme psikologis-keagamaan yang dapat memperkuat penerjemahan pengetahuan dan kepercayaan menjadi perilaku pembayaran zakat.

Pengujian mediasi dilakukan secara bertahap dengan pendekatan *causal steps* Saleh et al. (2022), yang mencakup pengujian hubungan variabel independen terhadap mediator (jalur *a*), pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebelum mediator dimasukkan (jalur *c*), serta pengaruh variabel independen dan mediator secara simultan terhadap variabel dependen (jalur *b* dan *c'*). Selanjutnya, signifikansi pengaruh tidak langsung dikonfirmasi menggunakan uji Sobel. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian tidak hanya mengidentifikasi apakah variabel-variabel penelitian memiliki hubungan signifikan, tetapi juga melihat kemungkinan mekanisme hubungan melalui Religiusitas (Anam et al., 2023).

Tahap pertama dalam analisis mediasi adalah menguji pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Religiusitas. Hasil regresi Model 1 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Regresi Model 1: Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Religiusitas

Variabel	B	Std. Error	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	-0,125	0,156	-0,800	0,425	Tidak signifikan
Literasi Zakat (X1)	0,619	0,074	8,369	0,000	Positif dan signifikan
Kepercayaan Digital (X2)	0,381	0,073	5,192	0,000	Positif dan signifikan
R Square	0,812				
Adjusted R Square	0,809				
F	353,595			0,000	Signifikan

Tabel 4 menunjukkan bahwa Literasi Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Religiusitas dengan nilai koefisien B = 0,619, *t* = 8,369, dan signifikansi 0,000. Kepercayaan Digital juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Religiusitas dengan nilai B = 0,381, *t* = 5,192, dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, semakin tinggi Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital responden, semakin tinggi pula skor Religiusitas yang diprediksikan dalam model. Nilai R Square sebesar 0,812 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan 81,2% variasi Religiusitas pada sampel penelitian.

Hasil tersebut memberikan indikasi bahwa Literasi Zakat memiliki hubungan yang lebih besar dengan Religiusitas dibandingkan Kepercayaan Digital berdasarkan nilai koefisien B dalam Model 1. Secara substantif, temuan ini dapat dipahami karena pemahaman mengenai hukum, ketentuan, dan tujuan zakat berkaitan erat dengan pemaknaan zakat sebagai bagian dari ajaran Islam . Ketika muzaki memiliki pengetahuan yang lebih memadai mengenai kewajiban zakat, pemahaman tersebut dapat berjalan beriringan dengan penguatan kesadaran terhadap dimensi keagamaan. Namun demikian, karena penelitian menggunakan data *cross-sectional*, hubungan tersebut sebaiknya tidak ditafsirkan sebagai bukti bahwa peningkatan literasi secara pasti menyebabkan peningkatan religiusitas.

Kepercayaan Digital juga memiliki hubungan yang signifikan dengan Religiusitas. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa dimensi digital tidak sepenuhnya terpisah dari dimensi keagamaan. Dalam konteks pembayaran zakat, kepercayaan terhadap platform digital dapat memberikan rasa aman dan keyakinan bahwa pelaksanaan kewajiban keagamaan melalui kanal digital tetap dapat dilakukan secara benar, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan (Andriansyah, 2024). Kepercayaan terhadap keamanan sistem, transparansi pengelolaan, dan kredibilitas lembaga menjadi bagian penting dalam membangun keyakinan muzaki terhadap mekanisme pembayaran zakat digital (Mushdalifah et al., 2024).

Tahap berikutnya adalah menguji pengaruh Religiusitas terhadap Kepatuhan Zakat setelah Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital dimasukkan secara simultan ke dalam model. Hasil pengujian Model 3 ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Regresi Model 3: Pengaruh Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Zakat

Variabel	B	Std. Error	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	-0,125	0,112	-1,113	0,267	Tidak signifikan
Literasi Zakat (X1)	0,220	0,063	3,466	0,000	Positif dan signifikan
Kepercayaan Digital (X2)	0,459	0,057	8,081	0,000	Positif dan signifikan
Religiusitas (Z)	0,356	0,056	6,346	0,000	Positif dan signifikan

R Square	0,903		
Adjusted R Square	0,901		
F	503,744	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 5, Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat dengan koefisien B = 0,356, *t* = 6,346, dan signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas responden, semakin tinggi pula tingkat Kepatuhan Zakat yang diprediksikan oleh model. Temuan tersebut mendukung hipotesis ketiga dan memperkuat pandangan bahwa pembayaran zakat memiliki dimensi keagamaan yang kuat. Kesadaran bahwa zakat merupakan kewajiban dalam ajaran Islam dapat menjadi dorongan internal bagi muzaki untuk melaksanakan kewajiban tersebut (Miftahurrahmat & Munzirin, 2025).

Yang menarik, setelah Religiusitas dimasukkan ke dalam model, pengaruh Literasi Zakat terhadap Kepatuhan Zakat menurun dari B = 0,440 pada Model 2 menjadi B = 0,220 pada Model 3. Demikian pula, koefisien Kepercayaan Digital mengalami penurunan dari B = 0,595 menjadi B = 0,459. Meskipun mengalami penurunan, kedua pengaruh langsung tersebut tetap signifikan. Pola ini merupakan indikasi penting adanya mekanisme mediasi, tetapi jenis mediasi perlu dikonfirmasi melalui pengujian pengaruh tidak langsung.

Tabel 6. Perbandingan Pengaruh Sebelum dan Sesudah Religiusitas Dimasukkan

Hubungan	Model 2 (B)	Model 3 (B)	Perubahan Koefisien	Signifikansi Model 3
Literasi Zakat → Kepatuhan Zakat	0,440	0,220	-0,220	0,000
Kepercayaan Digital → Kepatuhan Zakat	0,595	0,459	-0,136	0,000
Religiusitas → Kepatuhan Zakat	–	0,356	–	0,000
R Square	0,879	0,903	+0,024	–
Adjusted R Square	0,877	0,901	+0,024	–

Tabel 6 memperlihatkan bahwa masuknya Religiusitas ke dalam model menyebabkan penurunan koefisien Literasi Zakat sebesar 0,220 dan Kepercayaan Digital sebesar 0,136, sementara kedua variabel tersebut tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepatuhan Zakat. Pada saat yang sama, R Square meningkat dari 0,879 menjadi 0,903. Peningkatan sebesar 0,024 menunjukkan bahwa penambahan Religiusitas memberikan tambahan daya jelas terhadap variasi Kepatuhan Zakat dalam sampel penelitian (Syafiudin & Aziz, 2026). Pola penurunan pengaruh langsung sekaligus tetap signifikannya jalur langsung merupakan karakteristik yang konsisten dengan mediasi parsial.

Untuk memastikan bahwa penurunan pengaruh tersebut benar-benar mencerminkan pengaruh tidak

langsung melalui Religiusitas, dilakukan uji Sobel. Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi produk koefisien jalur *a* dan *b*. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Sobel Pengaruh Tidak Langsung melalui Religiusitas

Jalur Mediasi	Koefisien a	Koefisien b	z-Sobel	Sig.	Kesimpulan
Literasi Zakat → Religiusitas → Kepatuhan Zakat	0,619	0,356	5,057	0,000	Signifikan
Kepercayaan Digital → Religiusitas → Kepatuhan Zakat	0,381	0,356	4,018	0,000	Signifikan

Hasil pada Tabel 7 menunjukkan bahwa jalur tidak langsung Literasi Zakat terhadap Kepatuhan Zakat melalui Religiusitas signifikan, dengan nilai z-Sobel = 5,057 dan p = 0,000. Demikian pula, jalur tidak langsung Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat melalui Religiusitas juga signifikan, dengan z-Sobel = 4,018 dan p = 0,000. Kedua nilai z tersebut lebih besar daripada nilai kritis 1,96 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, Religiusitas terbukti memiliki peran mediasi pada kedua hubungan yang diuji.

Tabel 8. Ringkasan Status Mediasi Religiusitas

Hipotesis	Jalur Pengaruh	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Status Mediasi	Keputusan
H4a	Literasi Zakat → Religiusitas → Kepatuhan Zakat	Signifikan (B = 0,220)	Signifikan (z = 5,057)	Parsial	Didukung
H4b	Kepercayaan Digital → Religiusitas → Kepatuhan Zakat	Signifikan (B = 0,459)	Signifikan (z = 4,018)	Parsial	Didukung

Tabel 8 menegaskan bahwa Religiusitas merupakan mediator parsial pada hubungan Literasi Zakat maupun Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat. Mediasi disebut parsial karena pengaruh tidak langsung melalui Religiusitas terbukti signifikan, tetapi pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap Kepatuhan Zakat tetap signifikan setelah mediator dimasukkan (Andriansyah, 2024). Artinya, Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital dapat berkaitan dengan Kepatuhan Zakat melalui Religiusitas, tetapi keduanya juga memiliki jalur hubungan langsung yang tidak sepenuhnya dijelaskan oleh mediator.

Temuan mediasi tersebut memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman mengenai perilaku muzaki. Pada hubungan Literasi Zakat dan Kepatuhan Zakat, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai zakat tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan secara langsung, tetapi juga berhubungan dengan aspek religiusitas

yang kemudian memperkuat kepatuhan (Anggraini & Indrarini, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan pentingnya faktor keagamaan dalam perilaku pembayaran zakat (Kasri & Yuniar, 2021). Dengan demikian, literasi zakat tidak semata-mata perlu dipahami sebagai proses transfer pengetahuan mengenai nisab, hukum, dan jenis zakat, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kesadaran mengenai makna zakat sebagai kewajiban keagamaan.

Pada hubungan Kepercayaan Digital dan Kepatuhan Zakat, mediasi Religiusitas menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap kanal digital juga memiliki dimensi yang lebih kompleks. Muzaki dapat memiliki kepercayaan terhadap keamanan dan transparansi platform, tetapi keputusan untuk benar-benar menunaikan zakat tetap berkaitan dengan internalisasi nilai keagamaan (Saleh et al., 2022). Temuan ini memperluas perspektif penelitian terdahulu yang cenderung menempatkan religiusitas sebagai variabel independen tersendiri, dengan menunjukkan bahwa religiusitas juga dapat berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan faktor kognitif dan teknologi dengan perilaku kepatuhan (Faruqi et al., 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung H3, H4a, dan H4b. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat serta terbukti memediasi hubungan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat secara parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku kepatuhan muzaki tidak hanya terbentuk melalui aspek pengetahuan dan kepercayaan terhadap teknologi, tetapi juga melalui internalisasi nilai keagamaan (Anam et al., 2023). Oleh karena itu, strategi peningkatan kepatuhan zakat di Kabupaten Dharmasraya perlu mengintegrasikan edukasi literasi zakat, penguatan kepercayaan terhadap kanal digital, dan pendekatan yang memperkuat kesadaran religius secara bersamaan.

Dari perspektif praktis, lembaga amil zakat dapat mengembangkan edukasi yang tidak berhenti pada penyampaian ketentuan teknis zakat, tetapi menghubungkan materi tersebut dengan nilai, tujuan, dan dimensi spiritual zakat. Pada saat yang sama, pengembangan layanan digital perlu disertai transparansi pengelolaan dana, keamanan transaksi, serta informasi penyaluran zakat yang mudah diverifikasi (Febriandika et al., 2023). Pendekatan integratif tersebut menjadi semakin relevan karena hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor—Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas—secara simultan menghasilkan daya jelas model yang sangat tinggi terhadap Kepatuhan Zakat.

Perlu ditegaskan bahwa hasil mediasi ini merupakan bukti hubungan statistik berdasarkan data *cross-sectional*. Oleh karena itu, istilah "memediasi" dalam penelitian ini menunjukkan adanya pola hubungan tidak langsung yang didukung oleh hasil pengujian statistik, bukan bukti kausalitas temporal yang definitif (Jasuma et al.,

2026). Untuk penelitian selanjutnya, hubungan mediasi tersebut dapat diuji menggunakan desain longitudinal atau pendekatan *bootstrapping* untuk memperoleh estimasi interval kepercayaan pengaruh tidak langsung yang lebih kuat.

c. Kekuatan Model, Dominasi Kepercayaan Digital, dan Implikasi Pengelolaan Zakat Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dibangun memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi dalam menerangkan variasi Kepatuhan Zakat. Model penelitian secara bertahap memasukkan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital sebagai prediktor, kemudian menambahkan Religiusitas sebagai variabel mediator. Pendekatan bertahap tersebut memberikan gambaran mengenai perubahan daya jelas model sekaligus menunjukkan kontribusi tambahan Religiusitas dalam menjelaskan Kepatuhan Zakat. Selain itu, hasil regresi menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital memiliki koefisien regresi yang relatif paling besar pada model yang melibatkan seluruh variabel prediktor (Kurniawan & Dzikrulloh, 2023). Temuan tersebut menjadi dasar untuk membahas implikasi penguatan ekosistem pembayaran zakat, khususnya melalui kanal digital.

Pada Model 2, Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital secara simultan digunakan untuk memprediksi Kepatuhan Zakat. Model menghasilkan nilai R sebesar 0,937, R Square sebesar 0,879, dan Adjusted R Square sebesar 0,877. Nilai F sebesar 593,399 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan secara statistik.

Tabel 9. Daya Jelaskan Model Kepatuhan Zakat Sebelum dan Sesudah Mediator

Model	Variabel Prediktor	R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig.
Model 2	Literasi Zakat + Kepercayaan Digital	0,937	0,879	0,877	593,399	0,000
Model 3	Literasi Zakat + Kepercayaan Digital + Religiusitas	0,950	0,903	0,901	503,744	0,000

Tabel 9 memperlihatkan adanya peningkatan kemampuan model setelah Religiusitas dimasukkan sebagai prediktor. R Square meningkat dari 0,879 pada Model 2 menjadi 0,903 pada Model 3 atau bertambah sebesar 0,024. Dengan demikian, penambahan Religiusitas memberikan tambahan daya jelas sebesar 2,4 poin persentase terhadap variasi Kepatuhan Zakat pada sampel penelitian (Nuradi et al., 2025). Nilai Adjusted R Square yang juga meningkat dari 0,877 menjadi 0,901 memperkuat indikasi bahwa penambahan variabel tersebut memberikan kontribusi terhadap kemampuan penjelasan model, meskipun peningkatan ini tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti kausalitas.

Pada Model 3, ketiga variabel prediktor secara simultan menghasilkan

nilai F sebesar 503,744 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kombinasi Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan dengan Kepatuhan Zakat. Dengan R Square sebesar 0,903, model mampu menjelaskan 90,3% variasi Kepatuhan Zakat dalam data penelitian, sedangkan sekitar 9,7% variasi lainnya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Tingginya nilai R Square perlu diinterpretasikan secara proporsional. Nilai 90,3% menunjukkan daya jelas model yang sangat tinggi terhadap data sampel, tetapi bukan berarti 90,3% perilaku kepatuhan muzaki secara umum ditentukan oleh ketiga variabel tersebut. Generalisasi terhadap populasi yang lebih luas tetap memerlukan pertimbangan karakteristik sampel, teknik *purposive sampling*, desain *cross-sectional*, serta kemungkinan adanya variabel lain yang belum dimasukkan dalam model (Canggih & Indrarini, 2021).

Tabel 10. Perbandingan Koefisien Prediktor terhadap Kepatuhan Zakat

Variabel	Model 2 B	Model 2 Sig.	Model 3 B	Model 3 Sig.	Perubahan B
Literasi Zakat (X1)	0,440	0,000	0,220	0,000	-0,220
Kepercayaan Digital (X2)	0,595	0,000	0,459	0,000	-0,136
Religiusitas (Z)	–	–	0,356	0,000	–

Tabel 10 menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital memiliki koefisien B sebesar 0,595 pada Model 2 dan tetap menjadi koefisien terbesar pada Model 3, yaitu 0,459. Literasi Zakat mengalami penurunan koefisien dari 0,440 menjadi 0,220 setelah Religiusitas dimasukkan, sedangkan Kepercayaan Digital menurun dari 0,595 menjadi 0,459. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa sebagian hubungan kedua variabel independen dengan Kepatuhan Zakat berlangsung melalui Religiusitas. Namun, karena pengaruh langsung keduanya tetap signifikan, hubungan tersebut tidak sepenuhnya dijelaskan oleh mediator.

Dalam konteks penelitian ini, Kepercayaan Digital menjadi aspek yang menarik karena memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan variabel lainnya, yaitu 4,15. Temuan tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap aspek kepercayaan dalam penggunaan kanal digital. Kepercayaan tersebut dapat mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, kredibilitas lembaga, transparansi informasi, dan keandalan sistem (Putri & Jatnika, 2025). Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik transaksi digital yang menempatkan kepercayaan sebagai salah satu prasyarat penting sebelum seseorang bersedia melakukan transaksi melalui suatu platform (Mushdalifah et al., 2024).

Meskipun demikian, istilah "dominasi" Kepercayaan Digital perlu digunakan secara hati-hati. Berdasarkan

data yang tersedia, variabel ini memiliki nilai koefisien B terbesar dalam Model 2 dan Model 3. Namun, apabila artikel ingin menyatakan bahwa Kepercayaan Digital merupakan prediktor yang paling dominan secara statistik, sebaiknya digunakan nilai Standardized Beta (β) dari output SPSS. Koefisien B tidak sepenuhnya ideal untuk membandingkan kekuatan pengaruh antarvariabel apabila skala atau variasi pengukuran berbeda (Aulia & Maulida, 2026). Oleh karena itu, dalam pembahasan ini istilah yang lebih tepat adalah bahwa Kepercayaan Digital menunjukkan koefisien regresi terbesar dalam model penelitian.

Dari sisi substansi, tingginya posisi Kepercayaan Digital menunjukkan bahwa transformasi pembayaran zakat ke kanal digital tidak cukup hanya menyediakan teknologi pembayaran. Lembaga pengelola zakat perlu membangun ekosistem yang memberikan rasa aman dan keyakinan kepada muzaki (Andini et al., 2026). Kepercayaan dapat dibangun melalui penyediaan informasi yang transparan, mekanisme konfirmasi transaksi yang jelas, perlindungan data pengguna, keamanan pembayaran, serta publikasi informasi mengenai penghimpunan dan penyaluran dana zakat. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat hubungan kelembagaan antara muzaki dan lembaga pengelola zakat.

Tabel 11. Profil Deskriptif Variabel dan Posisi Relatif dalam Model

Variabel	Mean	Std. Dev.	Koefisien B Model 3	Posisi dalam Model
Literasi Zakat (X1)	4,04	0,67	0,220	Pengaruh langsung signifikan
Kepercayaan Digital (X2)	4,15	0,68	0,459	Koefisien B terbesar
Religiusitas (Z)	3,96	0,73	0,356	Mediator dan pengaruh langsung signifikan
Kepatuhan Zakat (Y)	4,08	0,72	–	Variabel dependen

Tabel 11 memperlihatkan adanya kesesuaian antara statistik deskriptif dan hasil regresi, terutama pada Kepercayaan Digital yang memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,15 dan koefisien B terbesar dalam Model 3. Religiusitas memiliki rata-rata paling rendah, yaitu 3,96, tetapi tetap memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Zakat dengan B sebesar 0,356. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel dengan rata-rata paling rendah tidak selalu merupakan variabel yang paling rendah kontribusinya dalam model regresi. Oleh karena itu, interpretasi hasil perlu membedakan antara tingkat persepsi responden dan hubungan statistik antarvariabel.

Dari perspektif pengelolaan zakat, temuan tersebut memberikan implikasi bahwa strategi peningkatan kepatuhan perlu dilakukan melalui pendekatan multidimensional. Literasi Zakat tetap penting karena memberikan dasar

pengetahuan mengenai kewajiban, ketentuan, dan manfaat zakat. Sementara itu, Kepercayaan Digital menjadi aspek penting dalam memastikan bahwa pengetahuan tersebut dapat diterjemahkan ke dalam transaksi melalui kanal digital (Sawmar & Mohammed, 2021). Religiusitas kemudian memberikan dimensi internal yang memperkuat orientasi muzaki terhadap pelaksanaan kewajiban keagamaan.

Dengan mempertimbangkan hasil mediasi pada bagian sebelumnya, peningkatan Kepatuhan Zakat tidak cukup dilakukan dengan memilih salah satu intervensi. Edukasi literasi zakat perlu dikombinasikan dengan penguatan kualitas layanan digital dan pendekatan keagamaan. Lembaga amil zakat dapat mengembangkan konten edukasi digital yang menjelaskan jenis zakat, nisab, waktu pembayaran, serta mekanisme perhitungan zakat sekaligus menyediakan informasi mengenai keamanan transaksi dan transparansi penyaluran (Jannah, 2026). Strategi tersebut dapat menjembatani aspek kognitif, teknologi, dan spiritual dalam satu ekosistem layanan.

Tabel 12. Implikasi Hasil Penelitian bagi Penguatan Ekosistem Zakat

Temuan Empiris	Kondisi yang Ditunjukkan	Implikasi	Prioritas Intervensi
Literasi Zakat berpengaruh signifikan	B = 0,220; p < 0,001	Pengetahuan tetap menjadi dasar kepatuhan	Edukasi hukum, jenis, nisab, dan manfaat zakat
Kepercayaan Digital berpengaruh signifikan	B = 0,459; p < 0,001	Kepercayaan terhadap kanal digital penting	Keamanan, transparansi, dan kredibilitas platform
Religiusitas berpengaruh signifikan	B = 0,356; p < 0,001	Dimensi keagamaan memperkuat kepatuhan	Penguatan kesadaran dan nilai keagamaan
Model memiliki daya jelas tinggi	R^2 = 0,903	Ketiga faktor relevan secara simultan	Strategi intervensi secara terintegrasi

Tabel 12 merangkum bahwa implikasi penelitian tidak mengarah pada satu bentuk intervensi tunggal. Literasi Zakat perlu diperkuat untuk meningkatkan pemahaman muzaki, Kepercayaan Digital perlu dibangun melalui kualitas dan transparansi layanan, sedangkan Religiusitas perlu diperhatikan sebagai mekanisme internal yang memperkuat kepatuhan (Yusfiarto et al., 2020). Dengan demikian, strategi lembaga amil zakat idealnya mengintegrasikan ketiga aspek tersebut. Tingginya daya jelas Model 3 juga menunjukkan bahwa pendekatan multidimensional lebih sesuai untuk memahami perilaku kepatuhan zakat pada konteks penelitian ini dibandingkan pendekatan yang hanya berfokus pada satu determinan.

Meskipun demikian, terdapat aspek metodologis yang perlu diperhatikan dalam menginter-pretasikan kekuatan model (Syahputra & Mukhtasar, 2021). Hasil uji Glejser menunjukkan adanya indikasi

heteroskedastisitas pada Kepercayaan Digital dengan nilai signifikansi 0,012, sedangkan Literasi Zakat dan Religiusitas tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Kondisi tersebut berarti interpretasi terhadap *standard error*, nilai *t*, dan signifikansi koefisien pada model perlu dilakukan secara hati-hati.

Tabel 13. Evaluasi Asumsi Heteroskedastisitas dan Implikasinya terhadap Interpretasi Model

Variabel	t Glejser	Sig.	Status	Implikasi
Literasi Zakat (X1)	-0,662	0,509	Tidak terindikasi	Asumsi terpenuhi
Kepercayaan Digital (X2)	2,544	0,012	Terindikasi	Standard error perlu kehati-hatian
Religiusitas (Z)	-1,535	0,127	Tidak terindikasi	Asumsi terpenuhi

Tabel 13 menunjukkan bahwa masalah heteroskedastisitas terutama terdapat pada Kepercayaan Digital. Temuan ini merupakan keterbatasan yang perlu dilaporkan secara transparan karena heteroskedastisitas dapat memengaruhi ketepatan *standard error* dan pada akhirnya memengaruhi pengujian signifikansi koefisien. Oleh sebab itu, pernyataan bahwa heteroskedastisitas "tidak menimbulkan bias pada koefisien regresi" sebaiknya tidak digunakan tanpa dukungan analisis tambahan. Jika peneliti memang telah melakukan estimasi Huber-White Robust Standard Errors (HCSE), hasil tersebut sebaiknya ditampilkan dalam tabel tersendiri agar pembaca dapat menilai apakah kesimpulan mengenai signifikansi koefisien tetap konsisten setelah koreksi robust (Hendarto & Hadiwijayanti, 2025).

Secara keseluruhan, Model 3 memberikan gambaran bahwa Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas merupakan kombinasi prediktor yang memiliki daya jelas tinggi terhadap Kepatuhan Zakat pada 167 responden penelitian. Kepercayaan Digital menunjukkan koefisien B terbesar, sedangkan Religiusitas memberikan tambahan daya jelas model sekaligus berfungsi sebagai mediator parsial (Mulyo et al., 2023). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penguatan kepatuhan zakat pada konteks Kabupaten Dharmasraya perlu diarahkan pada integrasi peningkatan literasi, penguatan kepercayaan terhadap layanan digital, dan internalisasi nilai keagamaan.

Namun, hasil tersebut perlu ditempatkan dalam batasan desain penelitian. Penggunaan data *cross-sectional* tidak memungkinkan peneliti memastikan urutan temporal hubungan sebab-akibat, sedangkan penggunaan *purposive sampling* membatasi generalisasi temuan kepada seluruh populasi muzaki Kabupaten Dharmasraya (Nopiardo et al., 2025). Selain itu, indikasi heteroskedastisitas pada Kepercayaan Digital perlu menjadi perhatian dalam interpretasi hasil

inferensial. Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, penelitian ini tetap memberikan bukti empiris bahwa pendekatan yang menggabungkan dimensi kognitif, teknologi, dan religius merupakan perspektif yang relevan dalam menjelaskan Kepatuhan Zakat pada konteks masyarakat di wilayah kabupaten berkembang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 167 muzaki di Kabupaten Dharmasraya, dapat disimpulkan bahwa Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas merupakan faktor yang berperan dalam menjelaskan Kepatuhan Zakat. Pertama, Literasi Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman muzaki mengenai ketentuan, hukum, nisab, dan manfaat zakat, semakin tinggi kecenderungan kepatuhan dalam menunaikan zakat. Kedua, Kepercayaan Digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat dan menunjukkan koefisien regresi yang relatif paling besar dalam model. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan, transparansi, keandalan, dan kredibilitas kanal digital menjadi pertimbangan penting dalam mendorong kepatuhan muzaki.

Ketiga, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Zakat serta terbukti berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan Literasi Zakat dan Kepercayaan Digital terhadap Kepatuhan Zakat. Pengujian mediasi menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Literasi Zakat maupun Kepercayaan Digital melalui Religiusitas signifikan, sementara pengaruh langsung kedua variabel tersebut terhadap Kepatuhan Zakat tetap signifikan setelah Religiusitas dimasukkan ke dalam model. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai zakat dan kepercayaan terhadap mekanisme pembayaran digital tidak hanya berkaitan langsung dengan kepatuhan, tetapi juga dapat diperkuat melalui internalisasi nilai dan kesadaran keagamaan.

Secara keseluruhan, model yang memasukkan Literasi Zakat, Kepercayaan Digital, dan Religiusitas mampu menjelaskan 90,3% variasi Kepatuhan Zakat (R^2 = 0,903) pada sampel penelitian, meningkat dari 87,9% pada model tanpa mediator. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kepatuhan zakat pada konteks penelitian ini merupakan fenomena multidimensional yang berkaitan dengan aspek pengetahuan, kepercayaan terhadap teknologi, dan nilai keagamaan. Oleh karena itu, lembaga amil zakat dan pemerintah daerah perlu mengembangkan strategi yang terintegrasi melalui peningkatan literasi zakat, penguatan keamanan dan transparansi layanan digital, serta penguatan pendekatan keagamaan dalam edukasi zakat. Meskipun demikian, temuan perlu dipahami dengan mempertimbangkan keterbatasan desain *cross-sectional*, teknik *purposive sampling*, serta adanya

indikasi heteroskedastisitas pada variabel Kepercayaan Digital. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal dan pengujian mediasi berbasis *bootstrapping* untuk memperoleh bukti hubungan yang lebih kuat dan estimasi pengaruh tidak langsung yang lebih robust.

Daftar Pustaka

Anam, M. K., . R., & Mohammad Som, H. Bin. (2023). Analysis of Maqashid Syariah Principles in the Governance of Fundraising Activities of Zakat Management Institutions. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, *9*(1), 147–164. https://doi.org/10.24952/fitrah.v9i1.6271

Andini, E., Damayanti, T. A., Azhar, M. G., & Apriansyah, R. (2026). Recontextualising UTAUT2 for Voluntary Religious Giving: Evidence from Indonesia's Digital Zakat. *Journal of Islamic Economic Laws*, *9*(01), 253–277. https://doi.org/10.23917/jisel.v9i01.14470

Andriansyah, Y. (2024a). Factors Motivating Muslims to Pay Zakat: A Narrative Review Based on the Scopus Database. *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy*, *2*(2), 51–70. https://doi.org/10.62265/jcaip.v2i2.82

Andriansyah, Y. (2024b). Factors Motivating Muslims to Pay Zakat: A Narrative Review Based on the Scopus Database. *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy*, *2*(2), 51–70. https://doi.org/10.62265/jcaip.v2i2.82

Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis pengaruh literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *5*(1), 54-66.

Anwar, M., Nasution, J., & Yanti, N. (2025). Generation Perceptions and Interests of Millennials in Zakat Digitally in Medan City. *Journal of Applied Business Administration*, *9*(2), 345–356. https://doi.org/10.30871/jaba.10694

Arwen, D., Kosasih, A., & Hayati, A. (2025). Zakat in the age of digital transformation: Technology platform for effective collection and distribution management. *Multidisciplinary Science Journal*, *8*(4), 2026269. https://doi.org/10.31893/multiscience.2026269

Asrani, N. A., Yamin, M., & Masyhuri, M. (2025). Pengaruh Digitalisasi Zakat Terhadap Penerimaan Dana Zakat Melalui Kepercayaan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Wahdah Inspirasi Zakat Bone. *Journal of Management and Creative Business*, *3*(2), 21-30.

Aulia, P. N., & Maulida, I. S. R. (2026). Pengaruh Sistem Layanan Zakat Perdagangan Berbasis Online terhadap Tingkat Kepercayaan Muzzaki pada BAZNAS Kabupaten Bandung. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 77-84.

Canggih, C., & Indrarini, R. (2021). Apakah Literasi Mempengaruhi Penerimaan Zakat? *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, *11*(1), 1.

https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(1).1-11

Defrilia, A., Revanata, L., Bela, A. T. S., Firdaus, M. R., & Hidayati, A. N. (2025). Peran strategis zakat dalam mengurangi ketimpangan ekonomi dan kemiskinan. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, *4*(2), 574-589. https://doi.org/10.70412/its.v4i2.200

Faruqi, F., Noviyanti, N., & Nasution, N. (2024). The effect of religiusity, income, transparency and digitalization on millenial compliance paying zakat in LAZ DKI Jakarta. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, *6*(1), 15–26. https://doi.org/10.36407/serambi.v6i1.1045

Febriana, I., Fahmi, I., & Santoso, Moch. H. (2022). How National Zakat Board of Republic Indonesia (BAZNAS) Could Raise Zakat Funds: Riau Province Evidence. *AL-MUZARA'AH*, *10*(1), 47–57. https://doi.org/10.29244/jam.10.1.47-57

Febriandika, N. R., Kusuma, D. G., & Yayuli, Y. (2023). Zakat compliance behavior in formal zakat institutions: An integration model of religiosity, trust, credibility, and accountability. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, *10*(6), 187–194. https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.06.022

Hendarto, D. T., & Hadiwijayanti, S. S. (2025). Digitalisasi Pelaporan Zakat, Kepercayaan, Dan Partisipasi Muzakki : Systematic Literature Review Berbasis Prisma 2020 Dalam Kerangka Maqashid Al-Shariah. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *10*(12), 12761–12768. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i12.63259

Hidayatulloh, M. S., & Nahar, M. M. (2025). Digital Zakat as a Social Innovation: UTAUT and Maqasid Analysis for Strengthening the Islamic Financial System. *El -Hekam*, *10*(2), 186–204. https://doi.org/10.31958/jeh.v10i2.16409

Jannah, B. R. (2026). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Secara Online. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *9*(1), 151-168.

Jasuma, I. B. J. P., Arrafi, M., & Abidin, M. (2026). Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Melalui BNI Mobile Banking pada Generasi Milenial di Yogyakarta 2026. *Muwazana: Journal of Islamic Economics and Finance*, *1*(2), 51-56.

Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *12*(3), 362–379. https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258

Kurniawan, I., & Dzikrulloh, D. (2023). Gen Z Behavioral Intentions to Pay Zakat : The Effect Ease of Digital Payments Zakat Literacy and Religiosity. *JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS*, *5*(2), 27–38. https://doi.org/10.35896/jse.v5i2.592

Miftahurrahmat, M., & Munzirin, A. (2025). Ekonomi Zakat dan Redistribusi Kekayaan: Jalan Menuju Keadilan Sosial Islam. *Mukhtasab: Journal of Economics and Islamic Business*, *1*(1), 63–78. https://doi.org/10.65802/mukhtasab.v1i1.77

Mulyo, G. P., Taufiqurrohman, M. F., Wardani, V. D., & Hamzah, M. Z. (2023, July). Systematic literature review: The role of digital in the management of zakat. In *Proceeding of International Conference on Islamic Philantrophy* (Vol. 1, pp. 170-181). https://doi.org/10.24090/icip.v1i1.403

Mushdalifah, M., Subli, M., Susanti, R., & Zulkarnain, Z. (2024). Legal Analysis of Digital Zakat Management: Security, Literacy, and Regulatory Challenges. *Constitutional Law Review*, *3*(1), 65–79. https://doi.org/10.30863/clr.v3i1.5655

Nopiardo, W., Karimi, S., Ridwan, E., & Yonnedi, E. (2025). Zakat Compliance Beyond Piety: Legal Attitudes, Normative Pressures, and Institutional Trust in a Muslim Society. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, *24*(2), 341–356. https://doi.org/10.31958/juris.v24i2.13446

Nuradi, N., Khatimah, H., Alim, A., & Muhammad, S. M. J. (2025). The Concept Of Zakat In The Qur'an As Wealth Redistribution And Motivation For Building Social Welfare. *ZAD Al-Mufassirin*, *7*(1), 123–152. https://doi.org/10.55759/zam.v7i1.269

Putri, A. H.,Samsudin, A., Purwanto, M. G., & Suhandi, A. (2022). Examination of conceptual change research over a decade: A bibliometric analysis using science mapping tool. *Indonesian Journal on Learning and Advanced Education (IJOLAE)*, 171-190. doi:https://doi.org/10.23917/ijolae.v4i3.18249

Putri, R. A. M., & Jatnika, D. (2025). Pengaruh Religiusitas, Literasi Zakat, dan Kepercayaan (trust) terhadap Minat Muslim Generasi Z dalam Membayar Zakat Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, *3*(3), 66-82.

Rania, S. P., & Susilo, E. (2026). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pemahaman Digital terhadap Minat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) Secara Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *12*(1), 338-350.

Saleh, Y., Mahat, H., Hashim, M., Nayan, N., Suhaily, S., & Ghazali, M. (2022). Sustainability Level of Heritage Cities in Malaysia. *Forum Geografi, 36*(1). doi:https://doi.org/10.23917/forgeo.v36i1.15287

Sauri, S., Jamalie, Z., & Wibowo, F. (2025). Digitalization, Service Quality, and Religiosity in Shaping Zakat Preferences: The Mediating Role Of Trust. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, *13*(1), 25–52. https://doi.org/10.18860/ed.v13i1.29788

Sawmar, A. A., & Mohammed, M. O. (2021). Enhancing zakat compliance through good governance: a conceptual framework. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, *13*(1), 136–154.

https://doi.org/10.1108/IJIF-10-2018-0116

Syafiudin, A., & Aziz, N. (2026). Urban Zakat Goes Digital: Unlocking Ease for City Dwellers. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, *10*(1), 2476–2484. https://doi.org/10.47772/IJRISS.2026.10100194

Syahputra, A., & Mukhtasar, M. (2021). Digitizing Zakat Collection through the E-payment System. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, *13*(1), 14. https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.7962

Thambu, N., Prayitno, H., & Zakaria, G. (2021). Incorporating Active Learning into Moral Education to Develop Multiple Intelligences: A Qualitative Approach. *Indonesian Journal on Learning and Advanced Education (IJOLAE)*, *3*(1), 17-29. doi:https://doi.org/10.23917/ijolae.v3i1.10064

Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Nugraha, S. S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat. *International Journal of Zakat*, *5*(1), 15–27. https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i1.221 4(3), 171-190.

Zaeni, N., Mukhsin, M., & Abduh, M. (2024). Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platfrom Digital pada Baznas di Provinsi Banten. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(2).