

The Influence of Digital Literacy, Media Social, and Zakat Features in E-Wallets on the Intention to Pay Zakat

By Nandito Prasetyo

Abstract

In recent years, there has been rapid progress in the digital world. In 2022, Baznas announced that the potential of zakat (charitable donations) from the Indonesian community reached 26 trillion rupiahs, but the realized amount was only 21.3 trillion rupiahs. In the three provinces covering the Jabodetabek area, the collection of zakat was below the national average. This research aims to determine the influence of digital literacy, social media, and zakat features on digital wallets on the interest in paying zakat. A quantitative approach was employed using the partial least squares technique with the SmartPLS application. The research population consists of Muslim communities in Jabodetabek. The sample was selected using nonprobability sampling with purposive sampling, involving 100 respondents who met the criteria of being Muslim residents in Jabodetabek and using OVO, DANA, or GoPay services. Data were collected through a questionnaire. The results of the t-test show that digital literacy has a 68.5% influence on interest, social media has a 6.5% influence, while the zakat feature on digital wallets has a 14% influence. Hypothesis testing results indicate that digital literacy has a positive and significant effect on interest, while social media and the zakat feature on digital wallets do not have a significant influence on interest.

Keywords: *e-wallets, media social, zakat*

Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan Fitur Zakat pada Dompot Digital terhadap Minat Membayar Zakat

Oleh Nandito Prasetyo

Abstrak

Beberapa tahun terakhir, kemajuan dunia digital telah pesat. Pada tahun 2022, Baznas mengumumkan potensi zakat masyarakat Indonesia mencapai 26 triliun rupiah, namun yang terealisasi hanya 21,3 triliun rupiah. Di 3 Provinsi yang mencakup Jabodetabek, pengumpulan zakatnya masih di bawah rata-rata nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, media sosial, dan fitur zakat pada dompet digital terhadap minat membayar zakat. Populasi penelitian adalah masyarakat Muslim di Jabodetabek. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan teknik *partial least square* menggunakan aplikasi SmartPLS. Sampel diambil dengan metode *nonprobability sampling* menggunakan *purposive sampling*, yang melibatkan 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai penduduk Muslim, tinggal di Jabodetabek, dan menggunakan layanan OVO, DANA, atau GoPay. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil Uji T menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh sebesar 68,5% terhadap minat, media sosial memiliki pengaruh sebesar 6,5%, sementara fitur zakat pada dompet digital memiliki pengaruh sebesar 14%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, sementara media sosial dan fitur zakat pada dompet digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat.

Kata kunci: dompet digital, media sosial, zakat