



PLATFORM DIGITAL DAN PARTISIPASI MUZAKKI GENERASI Z: TINJAUAN SISTEMATIS BERBASIS PRISMA

Iseu Anggraeni¹⁾, Syifa Vidya Sofwan²⁾, Muhammad Iqbal³⁾

^{1,2,3}Accounting, Economic, Bale Bandung University, Indonesia

¹ iseuanggraeni@unibba.ac.id (*), ² vidyasofwan@yahoo.com, ³ baliq85@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

July 10, 2026

Revised

July 18, 2026

Accepted:

July 20, 2026

Online available:

August 13, 2026

Keywords: *Digital zakat; Generation Z; Islamic FinTech; Muzakki participation; Systematic literature review.*

*Correspondence:

Name:

E-mail:

Editorial Office

Ambon State Polytechnic

Center for Research and

Community Service

Ir. M. Putuhena Street, Wailela-

Rumahtiga, Ambon

Maluku, Indonesia

Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: *Zakat is a strategic instrument of Islamic social finance for poverty alleviation, yet Indonesia's zakat collection remains far below its estimated potential of IDR 327.6 trillion per year. Digital platforms tailored to Generation Z are widely regarded as a key lever to close this gap, but prior studies remain fragmented across single theoretical lenses*

Methods: *A Systematic Literature Review following the PRISMA 2020 protocol was conducted across Scopus, Web of Science, Google Scholar, and DOAJ (2019-2025). From 1,247 records identified, 38 articles met all inclusion and quality criteria, assessed using MMAT and CASP.*

Results: *Six dominant themes emerged: technology acceptance, trust and transparency, digital zakat literacy, social influence and religious motivation, platform features and user experience, and institutional governance. The Technology Acceptance Model (TAM) was the most frequently applied theory (39.5%), followed by Trust Theory (26.3%) and Theory of Planned Behavior (18.4%).*

Conclusion and suggestion: *Six dominant themes emerged: technology acceptance, trust and transparency, digital zakat literacy, social influence and religious motivation, platform features and user experience, and institutional governance. The Technology Acceptance Model (TAM) was the most frequently applied theory (39.5%), followed by Trust Theory (26.3%) and Theory of Planned Behavior (18.4%). The study introduces an Integrated Conceptual Framework of Generation Z Digital Zakat Participation, synthesizing TAM, TPB, Trust Theory, and Digital Zakat Literacy. Findings offer practical guidance for zakat institutions, Islamic FinTech providers, and regulators, while outlining an empirically grounded agenda for future SEM/PLS-SEM validation and cross-country comparison.*

INTRODUCTION

Zakat merupakan instrumen fundamental dalam sistem ekonomi Islam yang berfungsi sekaligus sebagai ibadah spiritual dan mekanisme redistribusi kekayaan, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan ekonomi yang mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (Dirie et al., 2023; Kailani & Slama, 2020; Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2024). Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi

Published by P3M Ambon State Polytechnic

This is an open-access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) Page | 1580

zakat nasional sekitar Rp327,6 triliun per tahun (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2024), namun realisasi penghimpunannya masih jauh di bawah potensi tersebut. Kesenjangan ini tidak hanya bersumber dari lemahnya regulasi dan tata kelola kelembagaan, tetapi juga dari rendahnya literasi zakat, terbatasnya kepercayaan publik, dan belum optimalnya transformasi digital (Bin-Nashwan, 2022). Pola serupa terjadi di negara Muslim lain seperti Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab, yang mulai mengintegrasikan teknologi digital ke dalam pengelolaan zakat melalui Islamic FinTech (Al-Bawwab, 2023; Bin-Nashwan et al., 2023).

Digitalisasi zakat berkembang seiring meningkatnya dominasi Generasi Z sebagai digital natives yang mengutamakan layanan cepat, transparan, dan personal (Alam et al., 2022; Al-Qudah et al., 2024; Hilmatunnisa et al., 2025). Namun demikian, adopsi platform zakat digital oleh kelompok ini tidak semata ditentukan oleh kemudahan dan manfaat teknologi (*perceived ease of use dan usefulness*), melainkan juga oleh kepercayaan terhadap lembaga, transparansi pengelolaan dana, literasi zakat, dan pengaruh sosial (Bin-Nashwan et al., 2021; Sadallah et al., 2023; Srivastava et al., 2024).

Literatur yang berkembang pesat mengenai digitalisasi zakat masih menyisakan tiga keterbatasan utama. Pertama, fragmentasi teoretis: mayoritas studi menguji determinan adopsi melalui satu perspektif tunggal TAM, TPB, UTAUT, atau Trust Theory sehingga pemahaman mengenai perilaku pembayaran zakat digital pada Generasi Z tetap parsial (Ajzen, 1991; Bin-Nashwan et al., 2023; Davis, 1989; Oktavendi & Muammal, 2022). Kedua, kesenjangan kontekstual: penelitian umumnya menasar populasi muzakki secara umum atau generasi milenial (Ninglasari, 2021), sementara kajian yang secara khusus mengeksplorasi Generasi Z masih terbatas (Al Arif et al., 2023; Alam et al., 2022). Ketiga, kesenjangan metodologis: dominasi survei SEM/PLS SEM belum diimbangi oleh sintesis sistematis berbasis PRISMA 2020 yang memetakan tren, dominasi teori, dan inkonsistensi temuan pada topik ini (Page et al., 2021; Tranfield et al., 2003). Tabel 1 memosisikan penelitian ini terhadap literatur kunci terdahulu dan menunjukkan bahwa novelti utama penelitian terletak pada integrasi multi teori (TAM, TPB, Trust Theory, dan Digital Zakat Literacy) yang secara spesifik diarahkan pada Generasi Z melalui protokol PRISMA 2020 yang ketat.

Tabel 1. Posisi Penelitian Terhadap Literatur Kunci Terdahulu

No.	Peneliti	Fokus & Teori	Gap yang Diisi Penelitian Ini
1	Davis (1989); Ajzen (1991)	Fondasi TAM & TPB pada penerimaan teknologi dan niat perilaku umum.	Diintegrasikan dengan Trust Theory & Digital Zakat Literacy untuk filantropi Islam.
2	Kasri & Yuniar (2021); Ferdana et al. (2022)	Determinan & trust zakat digital, sebagian pada Generasi Z.	Sintesis multi-teori khusus Generasi Z sebagai digital natives.
3	Bin-Nashwan et al. (2023b)	Penerimaan ZakaTech berbasis UTAUT.	Disintesis bersama TAM, TPB, dan Trust Theory.
4	Alam et al. (2022); Hilmatunnisa et al. (2025)	Perilaku digital giving Generasi Z lintas negara (TPB).	Diperluas dengan literasi zakat digital & tata kelola kelembagaan.
5	Berbagai SLR/narrative review sebelumnya	Gambaran umum zakat digital tanpa protokol sistematis.	Menerapkan PRISMA 2020, MMAT, dan CASP secara eksplisit.

Sumber: Diolah oleh penulis, diadaptasi dari korpus tinjauan sistematis (2025).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan (1) memetakan tren metodologis dan landasan teori penelitian mengenai platform digital dan pembayaran zakat periode 2019-2025; (2) mensintesis tema empiris yang membentuk partisipasi muzakki Generasi Z; dan (3) mengembangkan kerangka konseptual terintegrasi (TAM, TPB, Trust Theory, dan Digital Zakat Literacy) sebagai landasan penelitian empiris selanjutnya. Secara teoretis, penelitian ini menyatukan empat perspektif yang sebelumnya dikaji terpisah; secara metodologis, menerapkan PRISMA 2020 bersama penilaian kualitas MMAT dan CASP yang belum banyak diterapkan pada topik ini; dan secara praktis, menyediakan panduan bagi lembaga zakat, Islamic FinTech, dan regulator dalam merancang platform yang sesuai preferensi Generasi Z.

LITERATURE REVIEW

Platform digital dalam filantropi Islam merupakan infrastruktur sosioteknis yang menghubungkan muzakki, lembaga amal zakat, dan regulator dalam satu ekosistem nilai, sehingga keberhasilannya ditentukan bukan hanya oleh kecanggihan teknologi tetapi juga tata kelola dan kepercayaan antarpihak (Bin-Nashwan, 2022; Bonina et al., 2021).

Dirie et al. (2023) menegaskan bahwa digitalisasi instrumen keuangan sosial Islam berkontribusi pada pengentasan kemiskinan, tetapi keberhasilannya bergantung pada kesiapan kelembagaan dan kepercayaan public argumen yang menjadi dasar perlunya integrasi dimensi teknologi, perilaku, dan kelembagaan secara simultan dalam kajian ini.

Technology Acceptance Model (TAM) dari Davis (1989) menjelaskan niat penggunaan teknologi melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, dan menjadi kerangka paling banyak digunakan dalam studi zakat digital (Cahyani et al., 2022; Oktavendi & Muammal, 2022). Namun TAM tunggal terbukti kurang memadai untuk perilaku donasi keagamaan karena mengabaikan dimensi religius dan kelembagaan (Bin-Nashwan et al., 2023b). *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991) melengkapi TAM dengan menekankan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan dimensi yang relevan bagi Generasi Z karena norma sosial dan komunitas daring berperan besar dalam niat berperilaku mereka (Alam et al., 2022; Hilmattunnisa et al., 2025).

Trust Theory menjelaskan kepercayaan sebagai konstruk sentral yang mengatasi ketidakpastian transaksi tanpa tatap muka (Gefen et al., 2003; Pavlou, 2003). Dalam konteks zakat, kepercayaan terhadap lembaga amil zakat dibangun melalui transparansi pelaporan, akuntabilitas, dan keamanan transaksi, serta terbukti memediasi hubungan antara kualitas platform dan niat membayar zakat digital pada Generasi Z (Ferdana et al., 2022; Kasri & Yuniar, 2021; Sadallah et al., 2023). Sementara itu, *Digital Zakat Literacy* gabungan pemahaman kewajiban zakat dan kompetensi digital terbukti memengaruhi penghimpunan zakat dan kemampuan menilai kredibilitas platform (Abdullah et al., 2023; Al Arif et al., 2023; Canggi & Indrarini, 2021).

Generasi Z, sebagai digital natives yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, menuntut layanan yang cepat, sederhana, personal, dan transparan (Al-Qudah et al., 2024), namun tetap mempertimbangkan kepercayaan dan keamanan transaksi meskipun memiliki kompetensi teknologi tinggi (Lee, 2021; Srivastava et al., 2024). Pola adopsi ZakaTech juga terbukti bervariasi antarnegara dan gender, menandakan perlunya strategi digitalisasi yang mempertimbangkan keragaman demografis pengguna (Bin-Nashwan et al., 2023a). Sintesis keempat perspektif ini TAM, TPB, *Trust Theory*, dan *Digital Zakat Literacy* menjadi landasan konseptual bagi metode dan analisis tematik pada bagian berikutnya.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan *Systematic Literature Review* (SLR) mengikuti protokol PRISMA 2020 (Page et al., 2021) karena kemampuannya menghasilkan sintesis yang sistematis, transparan, dan dapat direplikasi dibandingkan tinjauan literatur naratif (Snyder, 2019; Tranfield et al., 2003). Proses seleksi mengikuti empat tahap PRISMA: *identification, screening, eligibility, dan inclusion*.

Data bersumber dari empat basis data internasional *Scopus, Web of Science, Google Scholar*, dan *DOAJ* yang dipilih karena cakupan publikasi *peer reviewed* yang luas pada topik *zakat digital, Islamic FinTech*, dan Generasi Z, dibatasi pada periode 2019-2025 untuk menangkap perkembangan transformasi digital terkini (Snyder, 2019). Strategi pencarian menggunakan kombinasi *Boolean AND/OR* dengan *search string*: ("*digital zakat*" OR "*online zakat*" OR "*e-zakat*" OR "*digital philanthropy*" OR "*Islamic fintech*") AND ("*Generation Z*" OR "*Gen Z*" OR "*digital native*") AND ("*behavioral intention*" OR *participation* OR *adoption* OR *trust*), dilengkapi teknik *backward searching* pada daftar pustaka artikel relevan (Tranfield et al., 2003). Kriteria inklusi dan eksklusi (Tabel 2) ditetapkan sebelum pencarian dimulai untuk menjamin relevansi dan kualitas ilmiah artikel yang dianalisis (Page et al., 2021).

Tabel 2. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria	Inklusi	Eksklusi
Tahun publikasi	2019-2025	Sebelum 2019
Bahasa	Indonesia dan Inggris	Selain Indonesia dan Inggris
Jenis publikasi	Artikel jurnal peer-reviewed	Buku, prosiding, tesis, disertasi, editorial
Topik	Digital zakat, platform digital, Islamic FinTech, Generasi Z	Tidak berkaitan dengan pembayaran zakat digital
Metode penelitian	Kuantitatif, kualitatif, mixed methods, SLR	Artikel konseptual tanpa data empiris
Full text	Tersedia	Tidak tersedia

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan protokol PRISMA 2020 (Page et al., 2021).

Kualitas metodologis artikel dinilai menggunakan *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) versi 2018 untuk desain kuantitatif, kualitatif, dan *mixed methods*, serta *Critical Appraisal Skills Programme* (CASP) untuk menilai kejelasan tujuan, kesesuaian desain, validitas hasil, dan relevansi temuan (Critical Appraisal Skills Programme, 2018; Hong et al., 2018). Setiap artikel dievaluasi pada enam indikator: kejelasan tujuan, kesesuaian desain, karakteristik sampel, validitas reliabilitas instrumen, ketepatan analisis data, dan konsistensi hasil kesimpulan. Analisis tematik mengikuti pendekatan Braun & Clarke (2021) melalui familiarisasi data, coding, pengelompokan tema, peninjauan, penamaan, dan interpretasi.

RESULT AND ANALYSIS

Seleksi Studi dan Karakteristik Sampel

Pencarian pada tahap identification menghasilkan 1.247 artikel. Setelah penghapusan 312 duplikat, 45 artikel yang ditandai tidak memenuhi syarat oleh alat otomatis, dan 53 artikel bukan publikasi akademik, diperoleh 837 artikel untuk tahap screening. Penelaahan judul-abstrak mengeluarkan 689 artikel yang tidak relevan (topik, populasi, desain, atau rentang tahun), menyisakan 148 artikel untuk eligibility assessment melalui pembacaan *full-text*. Sebanyak 110 artikel dikeluarkan pada tahap ini karena tidak berfokus pada platform digital, partisipasi/niat, Generasi Z, atau bermutu di bawah ambang batas, sehingga 38 artikel akhirnya memenuhi seluruh kriteria inklusi dan kualitas (Gambar 1) setara 3,05% dari total artikel yang teridentifikasi, menegaskan bahwa kajian yang secara spesifik membahas partisipasi Generasi Z masih sangat terbatas.

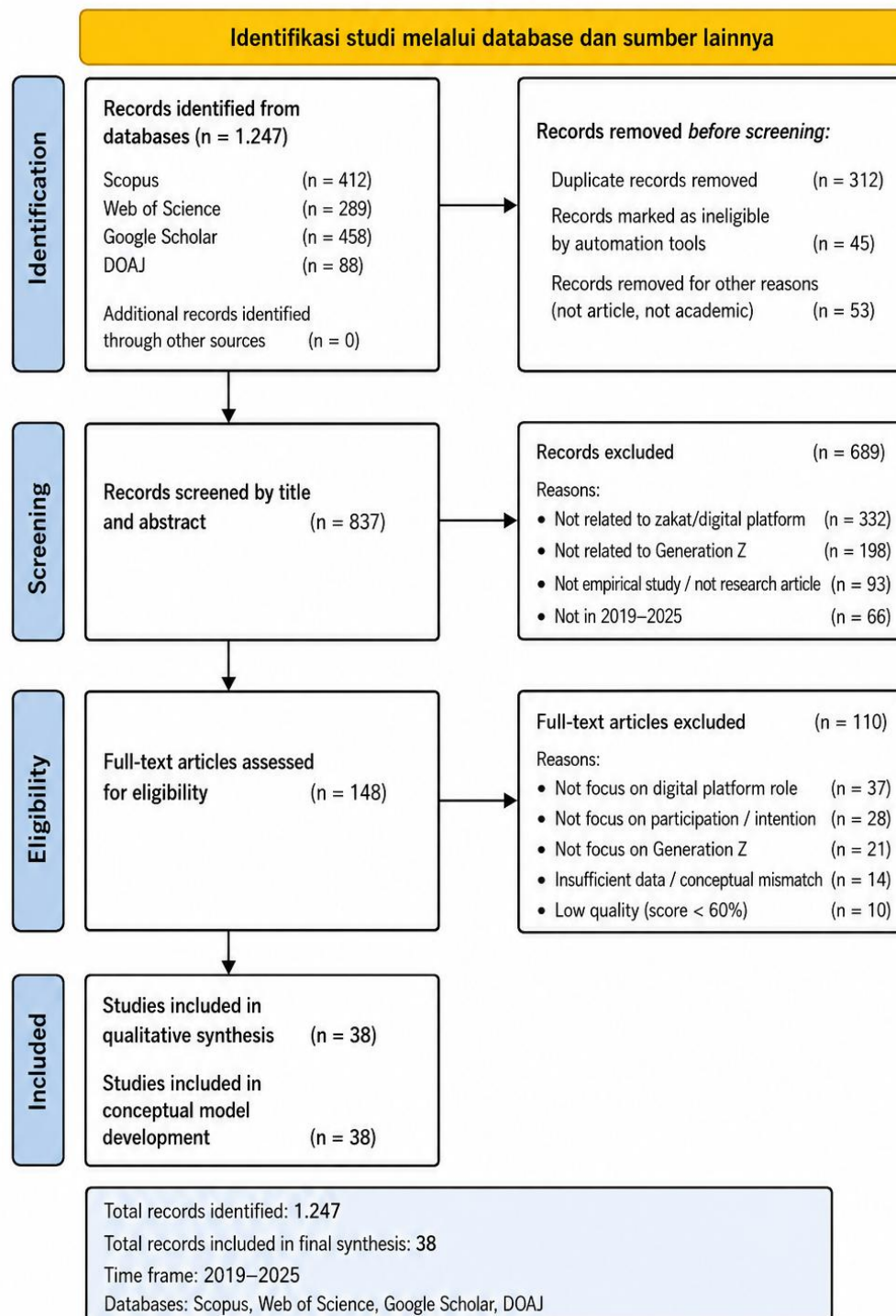
Ke-38 artikel terpilih dianalisis berdasarkan tahun publikasi, negara, desain, metode analisis, dan teori yang digunakan. Publikasi meningkat signifikan sejak 2021 dan memuncak pada 2022 (sembilan artikel), sejalan dengan percepatan digitalisasi layanan keuangan selama pandemi COVID-19 (Bin-Nashwan, 2022); penurunan pada 2023-2025 mengindikasikan pergeseran fokus ke isu spesifik seperti literasi digital dan integrasi AI/blockchain, bukan menurunnya minat riset. Secara geografis, Indonesia mendominasi dengan 20 artikel (52,6%), diikuti Malaysia 6 artikel (15,8%), Pakistan dan Arab Saudi masing-masing 2 artikel (5,3%), serta Uni Emirat Arab dan Qatar masing-masing 1 artikel (2,6%); 6 artikel (15,8%) bersifat lintas negara/kawasan lain. Dominasi Asia Tenggara mencerminkan peran aktif BAZNAS dan ekosistem FinTech syariah (Kasri & Yuniar, 2021), sementara penelitian dari Timur Tengah masih terbatas, membuka peluang studi komparatif lintas negara.

Dari sisi metode, pendekatan kuantitatif mendominasi (22 artikel, 57,9%, mayoritas SEM-PLS), diikuti 6 artikel konseptual (15,8%), 5 SLR (13,2%), 3 kualitatif (7,9%), dan 2 *mixed methods* (5,3%) menunjukkan ruang yang masih terbuka bagi pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman pengguna secara mendalam. Dari sisi teori, TAM paling banyak digunakan (15 artikel, 39,5%), diikuti *Trust Theory* (10 artikel, 26,3%), TPB (7 artikel, 18,4%), UTAUT (3 artikel, 7,9%), dan teori lain seperti Diffusion of Innovation serta Institutional Theory (3 artikel, 7,9%) (Gambar 2), memperkuat argumen bahwa penelitian terdahulu cenderung parsial dan perlu disintesis.

Penilaian kualitas menggunakan MMAT dan CASP menunjukkan bahwa 28 artikel (73,7%) berkategori kualitas tinggi dan 10 artikel (26,3%) sedang, tanpa artikel berkualitas rendah, sehingga seluruh 38 artikel dipertahankan dalam sintesis dan meningkatkan reliabilitas kesimpulan.

PRISMA 2020 FLOW DIAGRAM

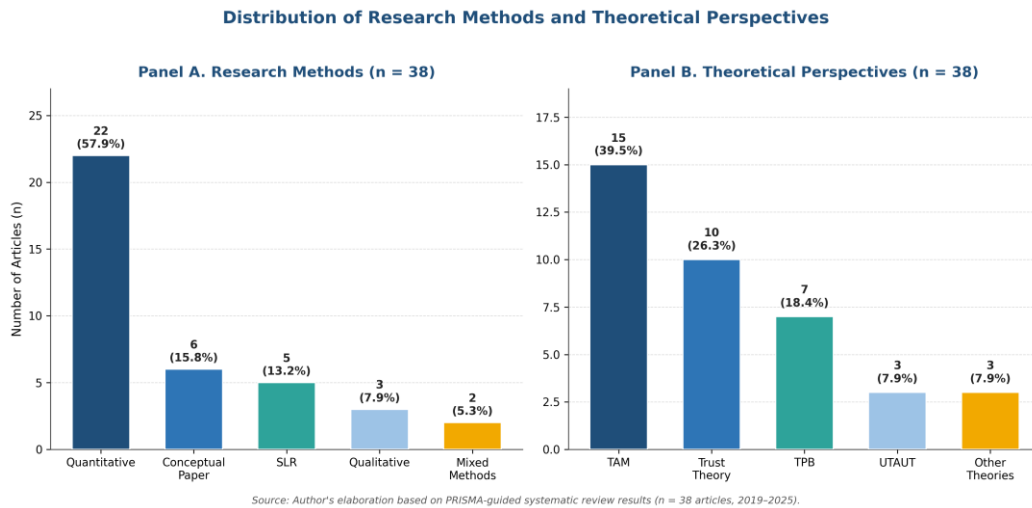
Peran Platform Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Muzakki Generasi Z pada Pembayaran Zakat



Sumber: Diadaptasi dari PRISMA 2020 Statement (Page et al., 2021)

Gambar 1. PRISMA 2020 Flow Diagram

Sumber: Diadaptasi dari PRISMA 2020 Statement (Page et al., 2021).



Gambar 2. Distribusi Metode Penelitian dan Perspektif Teoretis

Sumber: Diolah oleh penulis (n = 38 artikel).

Analisis Tematik

Analisis tematik terhadap 38 artikel menghasilkan enam tema dominan (Tabel 3): (1) *Technology Acceptance* kemudahan dan manfaat platform meningkatkan minat penggunaan, meski keamanan dan kredibilitas lembaga tetap dipertimbangkan (Oktavendi & Muammal, 2022); (2) *Trust and Transparency*; kepercayaan dibangun melalui transparansi laporan, akuntabilitas, dan kepatuhan syariah, dan secara konsisten menjadi determinan langsung maupun mediator (Bin-Nashwan et al., 2021; Sadallah et al., 2023); (3) *Digital Zakat Literacy*; literasi digital dan zakat meningkatkan kemampuan menilai kredibilitas platform (Abdullah et al., 2023; Canggih & Indrarini, 2021b); (4) *Social Influence and Religious Motivation*; norma sosial, keluarga, dan media sosial membentuk niat berdonasi khususnya pada Generasi Z (Alam et al., 2022); (5) *Platform Features and User Experience*; navigasi sederhana, integrasi dompet digital, QRIS, dan chatbot mendorong penggunaan berkelanjutan (Srivastava et al., 2024); dan (6) *Institutional Governance and Digital Ecosystem*; regulasi, kolaborasi antarlembaga, dan integrasi ekosistem keuangan syariah menjadi fondasi keberlanjutan (Bin-Nashwan et al., 2023; Hassan et al., 2022).

Tabel 3. Ringkasan Analisis Tematik

Tema	Fokus Utama	Frekuensi
Technology Acceptance	Kemudahan penggunaan, manfaat, adopsi teknologi	Tinggi
Trust and Transparency	Kepercayaan, akuntabilitas, keamanan transaksi	Tinggi
Digital Zakat Literacy	Literasi digital dan literasi zakat	Sedang
Social Influence & Religious Motivation	Norma sosial, religiositas, media sosial	Sedang
Platform Features & User Experience	Fitur aplikasi, kemudahan, pengalaman pengguna	Tinggi
Institutional Governance & Digital Ecosystem	Tata kelola, kolaborasi, regulasi	Sedang

Sumber: Diolah oleh penulis (n = 38 artikel).

Keenam tema saling terkait: *Technology Acceptance* menjadi pintu masuk penerimaan teknologi, diperkuat oleh *Trust and Transparency* dan *Digital Zakat Literacy*, dibentuk oleh *Social Influence and Religious Motivation*,

ditentukan kualitasnya oleh *Platform Features and User Experience*, dan berlangsung dalam koridor *Institutional Governance and Digital Ecosystem*. Interkoneksi ini menegaskan bahwa partisipasi muzakki Generasi Z tidak dapat dijelaskan melalui satu perspektif teori tunggal, sehingga mendasari usulan integrasi TAM, TPB, Trust Theory, dan *Digital Zakat Literacy* pada bagian pembahasan.

PEMBAHASAN

Technology Acceptance: Pendorong Utama namun Tidak Memadai secara Tunggal

Dominasi TAM (39,5% artikel) menegaskan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tetap menjadi determinan dasar adopsi platform zakat digital (Davis, 1989; Oktavendi & Muammal, 2022). Namun, temuan ini perlu dibaca secara kritis: TAM dikembangkan untuk konteks teknologi informasi umum yang netral nilai, sedangkan pembayaran zakat adalah perilaku keagamaan bermuatan spiritual dan sosial. Ketergantungan berlebihan pada TAM berisiko mereduksi zakat digital menjadi sekadar persoalan usability, padahal bukti dari tema *Trust and Transparency* dan *Social Influence and Religious Motivation* menunjukkan bahwa kemudahan teknis hanyalah syarat perlu, bukan syarat cukup (Bin-Nashwan et al., 2023). Kontras ini menjelaskan mengapa platform dengan antarmuka baik tidak selalu berhasil meningkatkan penghimpunan jika kredibilitas lembaga pengelola diragukan.

Trust sebagai Mediator dan Norma Sosial sebagai Penguat Niat

Trust Theory (26,3% artikel) secara konsisten memediasi hubungan antara kualitas platform dan niat membayar zakat (Ferdana et al., 2022; Kasri & Yuniar, 2021), pola yang sejalan dengan temuan pada FinTech secara lebih luas (Srivastava et al., 2024). Yang menarik untuk dicermati secara kritis adalah bahwa dominasi *trust* sebagai mediator justru mengindikasikan kelemahan literatur yang ada: banyak studi memperlakukan *trust* sebagai variabel antara yang seragam, tanpa membedakan *trust* berbasis kompetensi (kapasitas teknis lembaga), *trust* berbasis integritas (transparansi dan kepatuhan syariah), dan *trust* berbasis *benevolence* (orientasi lembaga terhadap kesejahteraan mustahik). Diferensiasi ini penting karena Generasi Z, dengan niat berperilakunya yang banyak dibentuk interaksi sosial digital (Alam et al., 2022; Hilmattunnisa et al., 2025), kemungkinan lebih responsif terhadap sinyal integritas yang tervisualisasi (misalnya laporan real-time) dibandingkan reputasi institusional konvensional sebuah nuansa yang belum banyak diuji secara eksplisit dalam korpus literatur yang direview.

Literasi, Fitur Platform, dan Tata Kelola sebagai Faktor Pemungkin

Digital Zakat Literacy dan *Platform Features and User Experience* saling melengkapi: literasi meningkatkan kapasitas evaluasi kredibilitas (Canggih & Indrarini, 2021b), sementara fitur seperti QRIS dan *personalized dashboard* menurunkan friksi transaksi (Srivastava et al., 2024). Akan tetapi, korpus literatur yang dianalisis menunjukkan kesenjangan penting: mayoritas studi menempatkan literasi sebagai anteseden langsung niat, padahal secara konseptual literasi lebih tepat diposisikan sebagai moderator yang memperkuat atau melemahkan hubungan antara *trust* dan *intention* sebagaimana diindikasikan oleh temuan moderasi pada Sadallah et al. (2023) dan Cahyani et al. (2022). Sementara itu, *Institutional Governance and Digital Ecosystem* kerap dibahas secara naratif tanpa pengukuran empiris yang setara dengan konstruk TAM/TPB, sehingga peran tata kelola dalam model kausal zakat digital masih under-tested dibandingkan bobot konseptualnya.

Kontribusi Teoretis: Integrasi Multi Perspektif

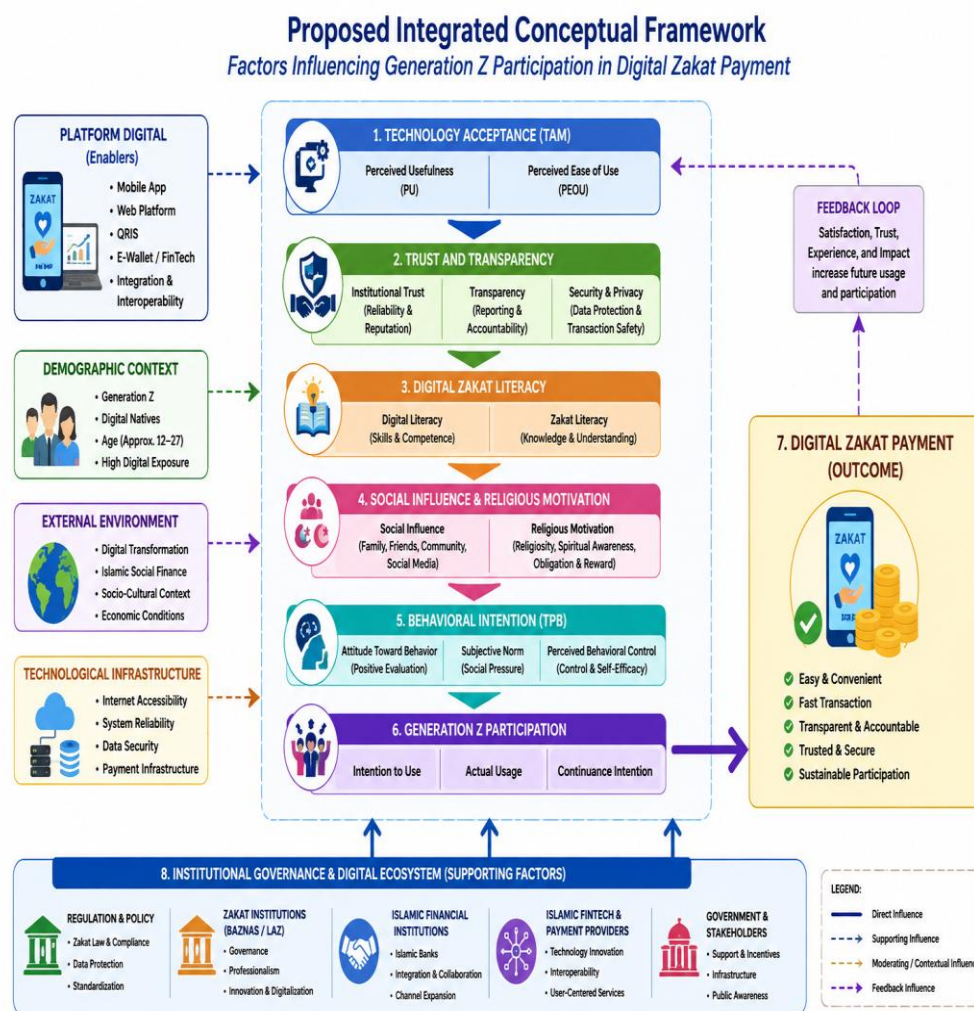
Berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya menguji satu perspektif teori, penelitian ini menunjukkan bahwa TAM, TPB, *Trust Theory*, dan *Digital Zakat Literacy* saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan dalam menjelaskan perilaku pembayaran zakat digital Generasi Z. TAM menjelaskan penerimaan teknologi, TPB menekankan sikap dan norma sosial, *Trust Theory* menjelaskan kredibilitas kelembagaan, dan *Digital Zakat Literacy* menjelaskan kapasitas pengguna memahami kewajiban zakat sekaligus teknologi. Integrasi ini juga memperkaya literatur *Islamic Social Finance* dengan menegaskan bahwa karakteristik Generasi Z sebagai *digital natives* menuntut pendekatan berbeda dari generasi sebelumnya (Al-Qudah et al., 2024), sekaligus menyediakan agenda penelitian mendatang berupa pengujian model mixed methods, validasi SEM/PLS-SEM, dan studi komparatif lintas negara.

IMPLIKASI PRAKTIS

Bagi lembaga pengelola zakat (BAZNAS/LAZ), temuan ini mengarahkan pengembangan platform pada peningkatan *user experience* melalui antarmuka sederhana, pelaporan *real-time*, dan komunikasi digital yang membangun kedekatan dengan Generasi Z (Abdullah et al., 2023). Bagi penyedia *Islamic FinTech*, kolaborasi dengan lembaga zakat termasuk pelaku UMKM yang kian berminat pada zakat digital (Mufid & Yulianti, 2025) perlu diarahkan pada integrasi QRIS, API, dan analitik data untuk layanan yang lebih personal dan aman (Bin-Nashwan et al., 2023; Hassan et al., 2022). Bagi pemerintah dan regulator, penguatan regulasi keamanan data, interoperabilitas sistem pembayaran, dan standarisasi tata kelola platform zakat menjadi prioritas. Bagi peneliti, hasil sintesis membuka ruang pengujian empiris *Proposed Integrated Conceptual Framework* melalui SEM/PLS-SEM, studi longitudinal, dan komparasi lintas negara guna memperdalam pemahaman mengenai dinamika perilaku muzakki Generasi Z.

KERANGKA KONSEPTUAL YANG DIUSULKAN

Berdasarkan sintesis enam tema tematik, penelitian ini mengusulkan *Integrated Conceptual Framework* yang mengintegrasikan TAM, TPB, *Trust Theory*, dan *Digital Zakat Literacy* (Gambar 3). Secara konseptual, kualitas platform digital membentuk *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* (*Technology Acceptance*), yang diperkuat oleh *Trust and Transparency* terhadap lembaga pengelola. *Digital Zakat Literacy* meningkatkan kapasitas evaluasi platform, sementara *Social Influence and Religious Motivation* membentuk *behavioral intention*. Seluruh proses ini berlangsung dalam koridor *Institutional Governance and Digital Ecosystem* yang menyediakan dukungan regulasi dan infrastruktur. Kerangka ini menawarkan perspektif lebih komprehensif dibandingkan model tunggal sebelumnya karena memasukkan dimensi literasi, kepercayaan, dan tata kelola sebagai determinan setara dengan teknologi, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengujian empiris maupun acuan strategi digital lembaga zakat.



Gambar 3. Proposed Integrated Conceptual Framework of Generation Z Digital Zakat Participation

Sumber: Dikembangkan oleh penulis berdasarkan sintesis tematik SLR (2025).

KETERBATASAN DAN AGENDA PENELITIAN MENDATANG

Penelitian ini memiliki empat keterbatasan. Pertama, cakupan publikasi dibatasi pada 2019-2025 sehingga tidak mencakup literatur di luar rentang tersebut. Kedua, pencarian hanya menjangkau empat basis data (Scopus, WoS, Google Scholar, DOAJ), berpotensi mengabaikan artikel relevan pada basis data lain seperti *Dimensions* atau *ScienceDirect*. Ketiga, pendekatan SLR ini bersifat sintesis kualitatif tanpa *meta analysis*, sehingga *effect size* antarvariabel belum terverifikasi secara statistik. Keempat, mayoritas artikel berasal dari Indonesia dan Malaysia sehingga generalisasi ke konteks Timur Tengah, Afrika, atau Eropa perlu dilakukan secara hati-hati.

Penelitian mendatang disarankan memperluas basis data dan cakupan negara, mengombinasikan SLR dengan *meta analysis*, serta menguji *Proposed Integrated Conceptual Framework* secara empiris melalui SEM/PLS-SEM dengan responden Generasi Z. Eksplorasi pengaruh teknologi baru *Artificial Intelligence*, *Blockchain*, *Open Banking*, dan *Big Data Analytics* terhadap *continuance intention* dan keamanan data juga menjadi agenda penting bagi pengembangan ekosistem *Islamic Digital Philanthropy*.

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi muzakki Generasi Z dalam pembayaran zakat digital dipengaruhi oleh interaksi antara penerimaan teknologi, kepercayaan, literasi zakat digital, pengaruh sosial, kualitas platform, dan tata kelola kelembagaan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital zakat tidak hanya bergantung pada kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga pada transparansi, kredibilitas lembaga, serta dukungan ekosistem digital yang memadai. Kontribusi utama penelitian ini adalah pengembangan *Integrated Conceptual Framework* yang mengintegrasikan TAM, TPB, Trust Theory, dan Digital Zakat Literacy sebagai dasar penelitian empiris selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi lembaga zakat, penyedia Islamic FinTech, dan regulator untuk mengembangkan platform zakat digital yang mudah digunakan, aman, transparan, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Penelitian selanjutnya disarankan menguji kerangka konseptual tersebut secara empiris melalui SEM/PLS-SEM maupun pendekatan longitudinal dan komparatif lintas negara.

REFERENCES

- Abdullah, Z., Mohd Sharif, M. H., Saad, R. A. J., Mohd Ariff, A. H., Md Hussain, M. H., & Mohd Nasir, M. H. (2023). Zakat institutions' adoption of social media. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1261–1280. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0013>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- 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>
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Mua'awanah, C., & Hamidah, R. A. (2022). Generation Z perceptions in paying zakat, infaq, and sadaqah using fintech: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 320–330. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.28](https://doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.28)
- Al-Bawwab, R. A. (2023). Zakat: Changing the framework of giving. *Islamic Economic Studies*, 30(2), 86–103. <https://doi.org/10.1108/IES-08-2021-0026>
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Shiyyab, F. S., Taha, A. A. D., Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Warrad, L. H. (2024). Determinants of digital payment adoption among Generation Z: An empirical study. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(11), 521. <https://doi.org/10.3390/jrfm17110521>
- Bin-Nashwan, S. A. (2022). Toward diffusion of e-zakat initiatives amid the COVID-19 crisis and beyond. *Foresight*, 24(2), 141–158. <https://doi.org/10.1108/FS-08-2020-0082>
- Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2021). Does trust in zakat institution enhance entrepreneurs' zakat compliance? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 768–790. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2020-0282>

- Bin-Nashwan, S. A., Ismaiel, A. E. A., Muneeza, A., & Isa, M. Y. (2023). Adoption of Zakatech in the time of COVID-19: Cross-country and gender differences. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0278>
- Bonina, C., Koskinen, K., Eaton, B., & Gawer, A. (2021). Digital platforms for development: Foundations and research agenda. *Information Systems Journal*, 31(6), 869–902. <https://doi.org/10.1111/isj.12326>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of behavioral intention to use digital zakat payment: The moderating role of knowledge of zakat. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Canggih, C., & Indrarini, R. (2021a). Does literacy affect zakat revenue? *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(1), 1–11. [https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11\(1\).1-11](https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(1).1-11)
- Canggih, C., & Indrarini, R. (2021b). Does literacy affect zakat revenue? *JESI*, 11(1), 1–11. [https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11\(1\).1-11](https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(1).1-11)
- Critical Appraisal Skills Programme. (2018). *CASP Qualitative Checklist*. <https://casp-uk.net/casp-tools-checklists/>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dirie, K. A., Alam, M. M., & Maamor, S. (2023). Islamic social finance for achieving sustainable development goals: A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2022-0317>
- Ferdana, A. D., Ridlwan, A. A., & Canggih, C. (2022). Z Generation's Intention to Use Zakat Digital Payment: The Mediating Effect of Trust. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(2), 171–188. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i2.18466>
- 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>
- Hassan, M. K., Rabbani, M. R., Rashid, M., & Trinugroho, I. (2022). Islamic fintech, blockchain and crowdfunding: Current landscape and path forward. In *FinTech in Islamic Financial Institutions: Scope, Challenges, and Implications in Islamic Finance* (pp. 307–340). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14941-2_15
- Hilmattunnisa, A., Beik, I. S., & Syauqi, A. (2025). The influence of generational differences on digital behavior in performing zakat, infaq, and sadaqah. *International Journal of Zakat*, 10(4), 1–18. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v10i4.691>
- Hong, Q. N., Pluye, P., Fàbregues, S., Bartlett, G., Boardman, F., Cargo, M., Dagenais, P., Gagnon, M.-P., Griffiths, F., Nicolau, B., O'Cathain, A., Rousseau, M.-C., & Vedel, I. (2018). *Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT), version 2018: User guide*. McGill University.
- Kailani, N., & Slama, M. (2020). Accelerating Islamic charities in Indonesia. *South East Asia Research*, 28(1), 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>
- 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>
- Lee, Y. K. (2021). Impacts of digital technostress and digital technology self-efficacy on FinTech usage intention of Chinese Gen Z consumers. *Sustainability*, 13(9), 5077. <https://doi.org/10.3390/su13095077>
- Mufid, K. G., & Yuliati, Y. (2025). Investigating determinants of MSMEs interest in digital zakat payment. *Journal of Enterprise and Development*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.20414/jed.v7i1.12868>
- Ninglasari, S. Y. (2021). Determinants of online zakat intention amongst Muslim millennials. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 6(2), 227–245. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v6i2.387>
- Oktavendi, T. W., & Muammal, I. (2022). Acceptance model for predicting adoption of ZIS digital payments in Generation Z. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 684–700. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0267>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., & others. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2024). *Indonesia Zakat Outlook 2025*. Badan Amil Zakat Nasional.
- Sadallah, M., Abdul-Jabbar, H., Bin-Nashwan, S. A., & Abdul Aziz, S. A. (2023). Alms tax (ZAKAT) compliance intention among entrepreneurs from a social cognitive perspective: The moderating role of knowledge. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1133–1151. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2022-0104>

- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Srivastava, S., Mohta, A., & Shunmugasundaram, V. (2024). Adoption of digital payment FinTech service by Gen Y and Gen Z users: Evidence from India. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(1), 95–117. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0110>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>