

## **Analisis Keputusan Nasabah dalam Menunaikan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) Melalui Mobile Banking (Studi Kasus Nasabah Bank Riau Kepri Syariah)**

**Azian Erdawati<sup>1</sup> Aidil Alfin<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh M Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [azianerdawati10@gmail.com](mailto:azianerdawati10@gmail.com)<sup>1</sup> [aidilalfin@uinbukittinggi.ac.id](mailto:aidilalfin@uinbukittinggi.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan nasabah dalam menunaikan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) melalui aplikasi BRKS Mobile pada Bank Riau Kepri Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap nasabah pengguna dan non-pengguna fitur ZISWAF BRKS Mobile, serta didukung oleh data dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan fitur ZISWAF BRKS Mobile dipengaruhi oleh kebutuhan akan kemudahan, kepraktisan, dan fleksibilitas waktu, terutama bagi nasabah dengan aktivitas dan keterbatasan jarak. Proses pengambilan keputusan nasabah berlangsung melalui tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga pengambilan keputusan, sebagaimana dijelaskan dalam teori keputusan nasabah. Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis turut memengaruhi keputusan tersebut, dengan nilai religius dan keyakinan terhadap keabsahan syariah sebagai faktor dominan. Penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap transaksi ZISWAF melalui BRKS Mobile relatif tinggi karena BRKS merupakan bank syariah yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Sementara itu, rendahnya pemanfaatan fitur ZISWAF oleh sebagian nasabah lebih disebabkan oleh kebiasaan penyaluran secara konvensional, keterbatasan literasi digital, serta kekhawatiran terhadap risiko teknis. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui BRKS Mobile merupakan hasil interaksi antara kebutuhan praktis, nilai religius, dan pertimbangan rasional. Implikasi temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi digital, edukasi syariah, serta pengembangan fitur yang lebih informatif dan akuntabel untuk mendorong optimalisasi layanan ZISWAF digital.

**Kata Kunci:** Keputusan Nasabah; ZISWAF; Mobile Banking; Perbankan Syariah; BRKS Mobile

### **Abstract**

*This study aims to analyse customer decisions in paying Zakat, Infak, Sedekah, and Wakaf (ZISWAF) through the BRKS Mobile application at Bank Riau Kepri Syariah. This study uses a qualitative approach with in-depth interviews with customers who use and do not use the BRKS Mobile ZISWAF feature, supported by documentary data. The results of the study indicate that customer decisions in using the BRKS Mobile ZISWAF feature are influenced by the need for convenience, practicality, and flexibility of time, especially for customers with activities and distance limitations. The customer decision-making process takes place through the stages of problem recognition, information search, alternative evaluation, and decision making, as described in customer decision theory. Cultural, social, personal, and psychological factors also influence these decisions, with religious values and belief in the validity of sharia as the dominant factors. This study also found that the level of customer trust in ZISWAF transactions through BRKS Mobile is relatively high because BRKS is a sharia bank supervised by the Sharia Supervisory Board. Meanwhile, the low utilisation of the ZISWAF feature by some customers is mainly due to conventional distribution habits, limited digital literacy, and concerns about technical risks. The conclusion of this study shows that customers' decisions to pay ZISWAF through BRKS Mobile are the result of an interaction between practical needs, religious values, and rational considerations. The implications of these findings emphasise the importance of improving digital literacy, Sharia education, and developing more informative and accountable features to encourage the optimisation of digital ZISWAF services.*

**Keywords:** Customer Decisions; ZISWAF; Mobile Banking; Islamic Banking; BRKS Mobile



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor perbankan, termasuk pada layanan perbankan syariah. Digitalisasi tidak hanya menghadirkan efisiensi transaksi keuangan, tetapi juga membuka ruang baru bagi pelaksanaan ibadah sosial keagamaan seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) melalui platform digital. Mobile banking menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung kemudahan akses layanan keuangan syariah, khususnya bagi masyarakat dengan keterbatasan waktu dan jarak. Namun demikian, adopsi teknologi dalam konteks ibadah tidak semata-mata ditentukan oleh aspek teknis, melainkan juga oleh dimensi kepercayaan, nilai religius, dan persepsi kesesuaian syariah. Sejumlah penelitian dalam satu dekade terakhir menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan keuangan digital syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional dan normatif. Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan keandalan sistem terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah (Puteri et al., 2022; Rahman & Amin, 2021). Di sisi lain, faktor kepercayaan dan persepsi kepatuhan syariah menjadi determinan utama dalam konteks transaksi yang berkaitan langsung dengan ibadah, termasuk pembayaran ZISWAF (Huda et al., 2019; Nugroho & Lestari, 2020). Studi lain menegaskan bahwa literasi digital dan edukasi syariah berperan penting dalam membentuk sikap positif nasabah terhadap layanan ZISWAF digital (Fauziah et al., 2023).

Meskipun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih berfokus pada pendekatan kuantitatif dan menekankan aspek niat atau minat penggunaan, sementara proses pengambilan keputusan nasabah secara mendalam, khususnya dalam konteks pengalaman empiris dan makna kepercayaan, masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada lembaga keuangan berskala nasional, sehingga belum banyak menggambarkan dinamika keputusan nasabah pada bank syariah daerah dengan karakteristik sosial dan budaya lokal yang khas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) terkait pemahaman holistik mengenai bagaimana nasabah membangun kepercayaan dan memaknai transparansi layanan ZISWAF digital dalam praktik nyata. Gap analysis tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan temuan empiris di lapangan yang menunjukkan bahwa ketersediaan fitur ZISWAF pada aplikasi mobile banking belum secara otomatis meningkatkan tingkat pemanfaatannya. Sebagian nasabah masih menunjukkan keraguan terhadap kejelasan bukti transaksi digital, kepastian penyaluran dana, serta keabsahan syariah dari mekanisme pembayaran berbasis aplikasi. Keraguan ini mengindikasikan bahwa persoalan utama bukan terletak pada absennya teknologi, melainkan pada proses pembentukan kepercayaan dan persepsi transparansi layanan. Dengan demikian, permasalahan penelitian ini berangkat dari pertanyaan mendasar mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui mobile banking syariah.

Sebagai upaya menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi proses pengambilan keputusan nasabah secara lebih mendalam, dengan menempatkan pengalaman, persepsi, dan nilai religius sebagai elemen kunci analisis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami keputusan nasabah tidak hanya sebagai hasil pilihan rasional, tetapi juga sebagai konstruksi sosial dan psikologis yang dipengaruhi oleh budaya, lingkungan, serta keyakinan keagamaan. Dengan mengkaji kasus nasabah Bank Riau Kepri Syariah, penelitian ini menawarkan konteks empiris yang spesifik dan relevan dalam menggambarkan dinamika adopsi layanan ZISWAF digital di tingkat daerah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami bagaimana keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui mobile banking terbentuk, dengan menitikberatkan pada peran kepercayaan, persepsi transparansi, dan nilai religius. Secara

teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang keputusan nasabah dalam layanan keuangan syariah digital melalui pendekatan kualitatif. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pengembangan strategi edukasi, sosialisasi, dan peningkatan kualitas layanan ZISWAF digital yang lebih akuntabel dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

## **Kajian Pustaka**

### **Dasar-dasar Pengambilan Keputusan**

Menurut George Terry bahwa dasar-dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut;

1. Intuisi, kelebihan dari dasar pengambilan keputusan dengan intuisi ini adalah dalam mengambil keputusan waktu yang digunakan relatif lebih cepat dan pada umumnya akan memberikan kepuasan ketika keputusan itu telah diambil.
2. Pengalaman, dengan pengalaman seseorang dapat menduga cara menyelesaikan masalah tersebut walaupun dengan melihat sepintas.
3. Fakta, pengambilan keputusan yang didasarkan dengan fakta bisa memberikan keputusan yang baik, sehat, dan solid sehingga dapat membuat kepercayaan terhadap keputusan tersebut lebih tinggi.
4. Rasional, pengambilan keputusan berdasarkan rasionalitas memiliki sifat objektif, logis dan lebih transparan serta konsisten untuk memaksimalkan hasil sehingga menjadi salah satu pengambilan keputusan yang bisa mendekati kebenaran.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan**

Menurut Kotler dan Keller perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku berikut yaitu;

1. Faktor Budaya, merupakan penentu paling mendasar dalam membentuk keinginan dan perilaku individu, karena sejak kecil seseorang menyerap nilai, persepsi, dan pola hidup dari keluarga serta lingkungan sosialnya. Di Indonesia, nilai-nilai seperti komunal, religius, solidaritas, dan keseimbangan duniawi-ukhrawi sangat kuat. Hubungan agama dan budaya saling terkait melalui nilai dan simbol, di mana agama bersifat universal dan absolut, sedangkan budaya bersifat relatif dan temporer, namun keduanya saling melengkapi dalam kehidupan kolektif masyarakat. Selain kultur, perilaku individu juga dipengaruhi oleh subkultur seperti kebangsaan, agama, ras, dan wilayah geografis, serta oleh kelas sosial yang dibentuk oleh faktor pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan kekayaan yang memengaruhi nilai, minat, dan perilaku seseorang. (Amelia et al. 2025)
2. Faktor Sosial, merupakan faktor paling mendasar yang membentuk keinginan dan perilaku individu melalui nilai dan pola hidup yang dipelajari sejak kecil dari keluarga dan lingkungan sosial. Di Indonesia, nilai komunal, religius, solidaritas, serta keseimbangan duniawi dan ukhrawi sangat dominan, di mana agama dan budaya saling berkaitan melalui nilai dan simbol. Selain itu, perilaku individu juga dipengaruhi oleh subkultur dan kelas sosial yang ditentukan oleh latar belakang kebangsaan, agama, wilayah, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan.
3. Faktor Pribadi, memengaruhi perilaku pembelian melalui usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian individu. Perbedaan usia dan pekerjaan membentuk pola konsumsi yang berbeda, terutama karena tingkat pendapatan yang dipengaruhi oleh jabatan, pendidikan, masa kerja, dan jumlah tanggungan, sehingga menentukan pilihan produk sesuai kelas ekonomi. Selain itu, gaya hidup yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini, serta kepribadian dan konsep diri yang unik, turut

membentuk sikap dan konsistensi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan pembelian.

4. Faktor Psikologis, memengaruhi perilaku individu melalui motivasi dan persepsi. Motivasi muncul dari kebutuhan biogenis seperti lapar dan haus serta kebutuhan psikogenis seperti pengakuan, penghargaan, dan rasa memiliki. Sementara itu, persepsi merupakan proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi sehingga membentuk penilaian terhadap kualitas produk atau jasa, di mana kualitas pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen akan sangat menentukan nilai dan keputusan yang diambil.

### **Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF)**

1. Zakat, adalah istilah Al-Qur'an yang menunjukkan kewajiban khusus untuk menyumbangkan sebagian kekayaan dan harta seseorang untuk amal. Dan Zakat merupakan sebagian harta yang telah wajib zakat yang diwajibkan untuk dikeluarkan untuk para mustahik. (Anwar and M Aziz 2023)
2. Infak, yaitu adalah harta yang dikeluarkan selain zakat untuk kesejahteraan dan kemaslahatan umat. (Nofiaturrahmah 2018)
3. Sedekah, memiliki arti yang sangat luas tidak hanya menyisihkan harta kepada yang membutuhkan saja, melainkan sedekah juga dapat berupa bentuk apapun baik itu berbentuk tenaga, waktu ataupun keahlian. (Nofiaturrahmah 2018)
4. Wakaf, adalah perbuatan hukum seseorang (wakif) untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta miliknya guna dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai kepentingannya, bagi keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariat Islam. (Dan, Indonesia, and Pascasarjana 2022)

### **Mobile Banking**

*Mobile banking* adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi dan mengakses informasi keuangan melalui perangkat seluler seperti ponsel pintar atau tablet. Layanan ini merupakan bagian dari perkembangan digitalisasi perbankan yang bertujuan mempermudah akses nasabah terhadap bank tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. (Ulfa 2023) Melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, *transfer* dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan token listrik, hingga transaksi sosial keagamaan seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf, kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan jaringan internet. Secara historis, asal usul *mobile banking* tidak dapat dilepaskan dari evolusi sistem perbankan dan teknologi komunikasi. Pada awalnya, layanan perbankan hanya dapat dilakukan secara tatap muka di kantor bank. Seiring berkembangnya teknologi computer bank mulai mengenalkan layanan *electronic banking (e-banking)* seperti ATM untuk mempermudah penarikan dan penyetoran uang. Memasuki era ini internet mulai digunakan dalam dunia perbankan melalui layanan internet banking yang memungkinkan nasabah bertransaksi menggunakan komputer. Namun, layanan ini masih terbatas karena membutuhkan perangkat khusus dan koneksi internet yang relatif mahal. (Minat et al., n.d.)

Jadi, transformasi digital dalam sektor perbankan syariah merupakan respons atas meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang cepat, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah. *Mobile banking* syariah tidak hanya diposisikan sebagai alat transaksi keuangan, tetapi juga sebagai medium fasilitasi ibadah sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Dalam konteks ini, keputusan nasabah untuk menggunakan layanan ZISWAF digital tidak dapat dilepaskan dari kerangka perilaku konsumen yang memadukan rasionalitas ekonomi dan nilai religius. Teori perilaku terencana menjelaskan

bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berperan penting dalam membentuk niat dan keputusan individu (Ajzen, 1991), yang dalam layanan keuangan syariah diperkuat oleh dimensi kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam. Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat merupakan faktor utama yang memengaruhi adopsi mobile banking syariah. Studi Puteri et al. (2022) dan Rahman dan Amin (2021) menemukan bahwa sistem yang mudah dioperasikan dan memberikan efisiensi waktu meningkatkan minat penggunaan layanan digital syariah. Namun, dalam konteks pembayaran ZISWAF, faktor utilitarian tersebut belum cukup menjelaskan keputusan aktual nasabah. Hal ini disebabkan karena ZISWAF tidak semata-mata dipahami sebagai aktivitas ekonomi, melainkan sebagai bentuk ibadah yang menuntut keyakinan atas keabsahan, kejelasan, dan amanah pengelolaan dana. (Anwar and M Aziz 2023)

Kepercayaan menjadi konsep kunci dalam menjelaskan perilaku nasabah pada layanan keuangan syariah digital. Kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap integritas lembaga, keamanan sistem, serta kesesuaian operasional dengan prinsip syariah. Penelitian Huda et al. (2019) dan Fauziah et al. (2023) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan keuangan berbasis syariah, terutama untuk transaksi yang bernilai sosial dan religius. Dalam konteks ZISWAF digital, kepercayaan juga berkaitan erat dengan persepsi transparansi, seperti kejelasan bukti transaksi, informasi penyaluran dana, dan akuntabilitas lembaga pengelola. Kajian lain menekankan pentingnya transparansi dan literasi digital dalam membentuk kepercayaan nasabah. Nugroho dan Lestari (2020) menemukan bahwa keterbukaan informasi dan kemudahan akses laporan penggunaan dana meningkatkan keyakinan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Sementara itu, penelitian terbaru oleh Sari et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi digital syariah berperan sebagai faktor mediasi antara persepsi transparansi dan keputusan penggunaan layanan ZISWAF digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun teknologi tersedia, tanpa pemahaman dan kepercayaan yang memadai, pemanfaatannya tidak akan optimal.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pendekatan metodologis dan konteks kajian. Sebagian besar studi menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada niat penggunaan, bukan pada proses pengambilan keputusan aktual nasabah. Selain itu, penelitian pada bank syariah daerah dengan karakteristik sosial dan budaya lokal masih terbatas. Padahal, konteks lokal berpotensi memengaruhi cara nasabah memaknai kepercayaan, transparansi, dan nilai ibadah dalam penggunaan layanan ZISWAF digital. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman dan persepsi nasabah secara lebih mendalam. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, penelitian ini membangun kerangka konseptual yang menempatkan kepercayaan dan persepsi transparansi sebagai faktor utama dalam keputusan nasabah menggunakan layanan ZISWAF melalui mobile banking syariah. Dengan mempertimbangkan temuan riset terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: kepercayaan nasabah terhadap transparansi dan kepatuhan syariah layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF secara digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam proses (Adlini et al. 2022) pengambilan keputusan nasabah dalam menunaikan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) melalui layanan mobile banking syariah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh subjek penelitian dalam konteks penggunaan

layanan digital berbasis nilai religius. Penelitian dilaksanakan melalui tahapan sistematis yang meliputi perencanaan, pengumpulan data lapangan, analisis data, dan penarikan kesimpulan. (Soraya Siti Rahayu et al. 2024) Subjek penelitian adalah nasabah Bank Riau Kepri Syariah yang telah menggunakan layanan mobile banking untuk melakukan transaksi ZISWAF. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) terdaftar sebagai nasabah aktif Bank Riau Kepri Syariah, (2) pernah melakukan pembayaran ZISWAF melalui mobile banking minimal satu kali dalam enam bulan terakhir, dan (3) bersedia memberikan informasi secara mendalam. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah informan yang diwawancarai sebanyak 12 orang nasabah, yang dinilai telah memenuhi prinsip kecukupan data (data saturation).

Lokasi penelitian dilakukan pada Bank Riau Kepri Syariah, dengan pengambilan data lapangan yang berfokus pada wilayah operasional tempat informan berdomisili dan berinteraksi dengan layanan mobile banking. Penelitian dilaksanakan pada Desember 2025, sehingga memungkinkan peneliti melakukan penggalan data secara berulang dan mendalam untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. (Pratiwi 2023) Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang didukung oleh pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan dokumentasi pendukung berupa tangkapan layar aplikasi mobile banking serta bukti transaksi ZISWAF (jika tersedia). Pedoman wawancara disusun berdasarkan kerangka konseptual penelitian yang mencakup aspek kepercayaan, persepsi transparansi, kemudahan penggunaan, dan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan ZISWAF digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung maupun daring dengan durasi rata-rata 30–45 menit per informan. Observasi dilakukan untuk mengamati alur penggunaan fitur ZISWAF pada aplikasi mobile banking, sementara dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa kebijakan layanan, tampilan fitur aplikasi, dan arsip transaksi yang relevan.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara ditranskripsi secara verbatim, kemudian dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan keputusan nasabah. Proses analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data sehingga memungkinkan penyesuaian fokus penelitian sesuai dengan temuan lapangan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **BRKS *Mobile***

BRK Syariah *Mobile* atau biasa disebut BRKS *Mobile* adalah sebuah aplikasi layanan perbankan elektronik yang dirancang khusus oleh Bank Riau Kepri Syariah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan secara digital. Aplikasi ini diluncurkan pertama kali pada 1 September 2021, bertepatan dengan momentum transformasi Bank Riau Kepri menjadi Bank Riau Kepri Syariah.

### **Ketentuan dan Hukum Pembayaran ZISWAF Secara Online (Melalui Mobile Banking)**

Menurut MUI, pembayaran zakat secara digital (online) sah, asalkan dana sampai ke penerima zakat yang benar. BAZNAS menyatakan bahwa zakat *online*. Dalam kajian akademis

(Gumilang), dijelaskan bahwa meskipun tidak ada ijab-qobul lisan secara tatap muka antara muzakki dengan amil, transaksi online yang menghasilkan bukti elektronik dapat dianggap sebagai akad yang sah, karena terdapat kejelasan dan kesadaran dari muzakki. Sistem digital juga dianggap bagian “kemajuan zaman” dan bisa dipakai selama prinsip syariah tetap dijaga, seperti transparansi, akuntabilitas, dan keamanan. Dalam konteks dompet digital (wallet) dan uang elektronik, juga terdapat studi fiqih yang menyatakan keabsahan pembayaran zakat lewat media digital. (Witasari and Abdullah 2014) Fatwa DSN MUI No. 65 Tahun 2022 tentang Hukum Masalah-Masalah Terkait Zakat Fitrah lahir sebagai respons atas dinamika sosial dan ekonomi masyarakat modern yang menuntut kemudahan, kepastian hukum, dan kemaslahatan dalam pelaksanaan ibadah. Adapun syarat agar pembayaran secara *online* sah (berdasarkan prinsip syariah):

1. Niat, muzakki harus mempunyai niat zakat (atau infaq/sedekah/wakaf) ketika melakukan pembayaran. Bukan sekadar “transfer biasa”, melainkan dengan niat ibadah.
2. Keamanan dan transparansi, platform atau lembaga amil zakat yang digunakan harus terpercaya, aman, dan transparan dalam penyaluran dana. BAZNAS menekankan bahwa muzakki harus memilih lembaga yang kredibel.
3. Bukti pembayaran, ada bukti elektronik (misalnya konfirmasi pembayaran) yang bisa menjadi semacam “sighat” atau tanda bahwa akad zakat sudah dilaksanakan. BAZNAS menyebut konfirmasi tertulis sebagai pengganti pernyataan zakat secara lisan.
4. Tidak ada unsur gharar, penipuan, atau riba: Transaksi digital harus jelas (tidak mengandung ketidakjelasan yang bisa membatalkan akad). Dalam tinjauan hukum, ulama kontemporer menyatakan persetujuan dalam sistem online diperkenankan asalkan tidak ada unsur yang dilarang syariah.

### **Keputusan Nasabah dalam Menunaikan ZISWAF melalui BRKS Mobile**

Keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui BRKS Mobile dipengaruhi oleh proses pertimbangan rasional yang menekankan aspek kemudahan, efisiensi, dan kesesuaian layanan dengan kebutuhan pengguna. Hasil wawancara menunjukkan bahwa nasabah memandang mobile banking sebagai solusi praktis dalam menunaikan ZISWAF, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas. Layanan digital ini dinilai mampu menjawab kebutuhan nasabah untuk beribadah secara lebih fleksibel tanpa harus datang langsung ke kantor bank. (Zuardi 2020) Nasabah dengan latar belakang wiraswasta dan PNS menyatakan bahwa aktivitas pekerjaan yang padat menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan. Keterbatasan waktu, kelelahan fisik, serta tuntutan pekerjaan mendorong mereka memilih layanan yang efisien dan mudah diakses. BRKS Mobile memberikan kemudahan transaksi ZISWAF yang dapat dilakukan kapan saja, sehingga tidak menambah beban aktivitas sehari-hari dan mendukung efektivitas pengelolaan waktu nasabah. Sementara itu, nasabah dengan latar belakang petani menunjukkan bahwa faktor lingkungan, khususnya jarak dan kondisi geografis, turut memengaruhi keputusan penggunaan BRKS Mobile. Kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan telepon pintar memungkinkan nasabah melakukan pembayaran ZISWAF tanpa harus menempuh jarak jauh ke bank. Hal ini menegaskan bahwa keputusan nasabah menggunakan ZISWAF digital melalui BRKS Mobile sejalan dengan teori keputusan nasabah, yang mempertimbangkan faktor pribadi, situasional, serta persepsi manfaat layanan.

### **Dasar Pengambilan Keputusan Nasabah terhadap Penggunaan Fitur ZISWAF BRKS Mobile**

Pengambilan keputusan individu didasarkan pada berbagai pendekatan, yaitu intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, dan pertimbangan rasional, serta melalui tahapan pengenalan

masalah, pencarian informasi, evaluasi pilihan, keputusan, dan kepuasan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa nasabah BRKS mengalami tahap pengenalan masalah ketika menyadari kebutuhan menunaikan ZISWAF secara lebih praktis dan efisien, karena metode konvensional dinilai kurang sesuai dengan keterbatasan waktu dan mobilitas mereka. Tahap pencarian informasi dan evaluasi pilihan terlihat ketika nasabah mulai mengenal serta mencoba fitur ZISWAF pada BRKS Mobile. Kepercayaan terhadap BRKS sebagai bank syariah resmi, pengalaman menggunakan layanan mobile banking sebelumnya, serta kemudahan menu dan kejelasan alur transaksi menjadi dasar penilaian nasabah. (Pada, Syariah, and Malang 2010)Evaluasi dilakukan berdasarkan pengalaman langsung, di mana kemudahan penggunaan, kecepatan proses, dan kejelasan informasi menjadi indikator utama dalam menilai kelayakan fitur ZISWAF. Selanjutnya, nasabah memutuskan menggunakan fitur ZISWAF BRKS Mobile setelah merasa layanan tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Keputusan ini merupakan hasil kombinasi antara intuisi awal, pengalaman penggunaan, fakta selama transaksi, serta pertimbangan rasional. Tahap kepuasan tercermin dari penilaian nasabah yang menyatakan bahwa pembayaran ZISWAF melalui BRKS Mobile mudah, cepat, dan tidak rumit, sehingga menunjukkan kesesuaian antara praktik di lapangan dengan konsep pengambilan keputusan nasabah.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Fitur BRKS Mobile**

Keputusan nasabah dalam menggunakan fitur ZISWAF pada BRKS Mobile dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut membentuk persepsi dan keyakinan nasabah, khususnya terkait keabsahan transaksi ZISWAF secara syariah, sehingga mendorong mereka untuk menggunakan layanan ZISWAF digital yang disediakan oleh BRKS. Faktor budaya, terutama nilai-nilai keislaman dan budaya religius, menjadi landasan utama dalam membentuk keyakinan nasabah. Kepercayaan bahwa BRKS merupakan bank syariah membuat nasabah yakin bahwa transaksi ZISWAF telah sesuai dengan ketentuan agama, tanpa memerlukan pertimbangan yang kompleks. Nilai religius yang telah tertanam kuat mendorong nasabah untuk menerima dan menggunakan layanan ZISWAF digital dengan penuh keyakinan.

Faktor sosial juga berperan penting melalui legitimasi institusional dan kepercayaan kolektif terhadap BRKS sebagai lembaga keuangan syariah resmi yang diawasi. Pengakuan sosial, status kelembagaan, serta adanya pengawasan syariah memperkuat rasa aman nasabah dalam bertransaksi. Sementara itu, faktor pribadi seperti latar belakang pekerjaan dan pengalaman hidup memengaruhi cara nasabah membangun keyakinan, meskipun seluruh responden pada akhirnya memiliki pandangan yang sama terkait keabsahan syariah transaksi ZISWAF. Faktor psikologis melengkapi proses pengambilan keputusan melalui motivasi dan persepsi. Dorongan untuk menunaikan ZISWAF secara benar sesuai syariah, serta persepsi positif terhadap BRKS, menumbuhkan rasa aman dan ketenangan batin dalam bertransaksi. Dengan demikian, keputusan nasabah menggunakan fitur ZISWAF BRKS Mobile tidak hanya didorong oleh aspek praktis, tetapi juga oleh keyakinan religius dan psikologis yang kuat.

### **Persepsi dan Pertimbangan Nasabah Non-Pengguna terhadap Fitur ZISWAF BRKS Mobile**

Penelitian ini juga melibatkan responden tambahan, yaitu nasabah yang belum atau jarang menggunakan fitur ZISWAF pada BRKS Mobile, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses pengambilan keputusan sebelum penggunaan layanan dilakukan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebenarnya telah

mengetahui keberadaan fitur ZISWAF digital, namun pengetahuan tersebut belum cukup kuat untuk mendorong keputusan penggunaan karena belum disertai keyakinan, pengalaman, dan dorongan kebutuhan yang mendesak. Alasan utama ketidakgunaan fitur ZISWAF BRKS Mobile dipengaruhi oleh kombinasi faktor budaya dan sosial. Kebiasaan menyalurkan ZISWAF secara langsung ke masjid, lembaga yang dikenal, atau melalui sistem institusi di lingkungan kerja masih menjadi pilihan utama bagi responden. Nilai religius yang telah mengakar, pengaruh lingkungan sekitar, keluarga, serta kelompok kerja berperan besar dalam membentuk sikap dan preferensi nasabah, sehingga penggunaan layanan digital belum menjadi prioritas. Selain itu, faktor pribadi dan psikologis juga menjadi penghambat, seperti keterbatasan pemahaman teknologi, minimnya pengalaman menggunakan aplikasi, serta kekhawatiran akan kesalahan teknis dan transparansi penyaluran dana. Persepsi risiko, baik teknis maupun non-teknis, menimbulkan rasa tidak aman dalam bertransaksi digital. Dengan demikian, ketidakgunaan fitur ZISWAF BRKS Mobile bukan disebabkan oleh kurangnya informasi semata, melainkan oleh interaksi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan penggunaan ZISWAF digital memerlukan strategi edukasi, penguatan kepercayaan, serta dukungan lingkungan sosial agar peralihan dari pola konvensional ke digital dapat berlangsung secara bertahap.

### **Tantangan dan Peluang Pengembangan BRKS *Mobile* dalam Layanan ZISWAF**

1. Tantangan Pengembangan BRKS *Mobile* dalam Layanan. Salah satu tantangan utama dalam penggunaan fitur ZISWAF pada BRKS Mobile adalah kejelasan identitas pembayar pada bukti transaksi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa absennya nama lengkap pembayar dalam bukti transaksi menimbulkan ketidakpuasan administratif bagi nasabah, terutama bagi mereka yang membutuhkan arsip transaksi ZISWAF untuk keperluan pribadi atau pelaporan. Kejelasan identitas dipandang penting tidak hanya untuk kenyamanan pengguna, tetapi juga sebagai indikator profesionalitas dan transparansi layanan perbankan syariah. Tantangan lainnya berkaitan dengan ketentuan nominal pembayaran zakat dalam sistem BRKS Mobile. Nasabah menilai bahwa sistem seharusnya membedakan secara tegas antara zakat dan bentuk ZISWAF lainnya melalui penetapan batas minimal nominal atau pemberian notifikasi apabila jumlah yang dibayarkan belum memenuhi ketentuan zakat. Ketiadaan pengaturan ini berpotensi menimbulkan kekeliruan pemahaman nasabah dalam membedakan zakat dengan infak atau sedekah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa optimalisasi fitur ZISWAF BRKS Mobile perlu diarahkan pada penyesuaian sistem digital dengan prinsip fiqh zakat. Kejelasan identitas pembayar dan kesesuaian nominal zakat dengan ketentuan syariah menjadi aspek penting untuk menjaga kepercayaan, keyakinan, serta kenyamanan nasabah dalam menunaikan ZISWAF secara digital. (Madhani, Hafifah, and Sholehah 2025)
2. Peluang Pengembangan BRKS *Mobile* dalam Layanan ZISWAF. Masukan dari nasabah membuka peluang strategis bagi BRKS dalam mengembangkan fitur ZISWAF digital yang lebih komprehensif dan sesuai dengan prinsip syariah. Penambahan nama lengkap pembayar pada bukti transaksi dan rekening sumber dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta rasa aman nasabah, sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap BRKS Mobile sebagai sarana pembayaran ZISWAF yang profesional dan andal. Selain itu, penerapan sistem validasi nominal zakat sesuai ketentuan syariah, seperti penetapan batas minimal pembayaran atau pemberian notifikasi apabila nominal belum memenuhi syarat zakat, menjadi peluang bagi BRKS Mobile untuk berfungsi sebagai media edukasi ZISWAF digital. Fitur tersebut tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga membantu nasabah memahami perbedaan antara zakat, infak, dan sedekah secara tepat. Peluang pengembangan ini sejalan dengan tujuan ZISWAF dalam Islam, yaitu memastikan

pelaksanaan ibadah dilakukan secara benar dan sesuai syariah, baik secara formal maupun substansial. Dengan mengintegrasikan aspek teknis dan edukatif, BRKS Mobile berpotensi meningkatkan kualitas layanan ZISWAF sekaligus mendorong peningkatan literasi keuangan syariah di masyarakat

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur pembayaran ZISWAF melalui BRKS *Mobile* dipengaruhi oleh kombinasi antara pertimbangan praktis dan keyakinan religius nasabah. Keputusan nasabah untuk memanfaatkan layanan digital ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui proses pertimbangan yang cukup matang, terutama terkait kemudahan, efisiensi waktu, serta kepercayaan terhadap lembaga penyedia layanan. Nasabah memandang *mobile banking* sebagai solusi yang relevan dengan kebutuhan hidup modern, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam layanan keuangan syariah memiliki peluang besar untuk diterima, selama mampu menjawab kebutuhan nyata masyarakat. Temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa faktor religiusitas memegang peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan nasabah. Kepercayaan bahwa transaksi ZISWAF yang dilakukan melalui BRKS *Mobile* telah sesuai dengan prinsip syariah memberikan rasa aman dan ketenangan batin bagi nasabah. Keyakinan ini tidak hanya bersumber dari pemahaman individu, tetapi juga dari legitimasi kelembagaan bank syariah yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Dengan demikian, aspek kepatuhan syariah tidak sekadar menjadi atribut tambahan, melainkan menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital ZISWAF.

Dalam konteks proses pengambilan keputusan, penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah melalui tahapan yang relatif sistematis, mulai dari kesadaran akan kebutuhan menunaikan ZISWAF, pencarian informasi, hingga evaluasi alternatif metode pembayaran. Pengalaman sebelumnya dalam menggunakan layanan BRKS *Mobile* menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan akhir. Nasabah yang telah terbiasa menggunakan fitur lain dalam aplikasi cenderung lebih mudah menerima dan mencoba fitur ZISWAF. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna (*user experience*) berperan sebagai jembatan antara niat dan keputusan aktual dalam penggunaan layanan keuangan digital syariah. Selain itu, hasil penelitian memperlihatkan bahwa keputusan nasabah tidak dapat dilepaskan dari pengaruh faktor sosial dan budaya. Lingkungan sosial, seperti keluarga, tempat kerja, serta kebiasaan keagamaan yang telah lama dijalankan, turut membentuk preferensi nasabah dalam menyalurkan ZISWAF. (Nur Ifriza et al. 2023) Bagi sebagian nasabah, praktik penyaluran ZISWAF secara langsung ke masjid atau lembaga tertentu masih dianggap lebih bermakna secara sosial dan spiritual. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam konteks ibadah tidak hanya berhadapan dengan persoalan teknis, tetapi juga dengan nilai-nilai kultural dan tradisi yang telah mengakar kuat di masyarakat.

Penelitian ini juga mengungkap adanya sejumlah hambatan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan fitur ZISWAF BRKS *Mobile*. Hambatan tersebut antara lain berkaitan dengan aspek transparansi administrasi, khususnya kejelasan identitas pembayar pada bukti transaksi, serta ketiadaan pengaturan nominal minimal zakat yang sesuai dengan ketentuan fiqh. Hambatan ini menimbulkan keraguan bagi sebagian nasabah, terutama mereka yang memiliki pemahaman religius yang kuat dan sangat memperhatikan aspek keabsahan ibadah. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi digital dalam layanan ZISWAF tidak cukup hanya mengedepankan kemudahan, tetapi juga harus selaras dengan prinsip-prinsip substantif ibadah. Meskipun demikian, hambatan yang ditemukan justru menunjukkan adanya peluang pengembangan layanan yang cukup besar. Dengan memperbaiki aspek transparansi dan integrasi ketentuan syariah ke dalam sistem digital, BRKS *Mobile* berpotensi meningkatkan

kepercayaan dan partisipasi nasabah dalam pembayaran ZISWAF secara digital. Layanan ZISWAF digital tidak hanya dapat berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media edukasi bagi masyarakat terkait kewajiban dan tata cara ZISWAF yang benar. Hal ini memperkuat peran bank syariah sebagai institusi yang tidak hanya berorientasi pada layanan keuangan, tetapi juga pada penguatan nilai-nilai sosial dan religius. (Saputra 2024) Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan layanan ZISWAF digital sangat bergantung pada kemampuan bank syariah dalam mengintegrasikan aspek teknologi, kepatuhan syariah, dan pemahaman sosial-budaya nasabah. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian tentang pengambilan keputusan nasabah dalam konteks keuangan syariah digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi layanan ZISWAF yang lebih inklusif, transparan, dan berorientasi pada nilai.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui BRKS Mobile, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, keputusan nasabah dalam menggunakan fitur ZISWAF BRKS Mobile secara umum dipengaruhi oleh kebutuhan akan kemudahan, kepraktisan, dan fleksibilitas waktu. Nasabah dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, seperti wiraswasta, pegawai negeri sipil, dan petani, menunjukkan kecenderungan yang relatif sama dalam memandang mobile banking sebagai solusi yang mempermudah pelaksanaan ZISWAF, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu dan jarak. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur ZISWAF BRKS Mobile telah mampu menjawab kebutuhan nasabah pada tahap pengenalan masalah (problem recognition) sebagaimana dijelaskan dalam teori keputusan nasabah. Kedua, proses pengambilan keputusan nasabah terhadap penggunaan fitur ZISWAF BRKS Mobile telah melalui tahapan-tahapan yang selaras dengan landasan teori, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan kepuasan. Nasabah menilai bahwa proses pembayaran ZISWAF melalui BRKS Mobile relatif mudah, jelas, dan dapat dipelajari melalui pengalaman penggunaan secara berulang. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah tidak hanya didasarkan pada intuisi semata, tetapi juga pada pengalaman, informasi, serta pertimbangan rasional, sebagaimana dijelaskan dalam teori pengambilan keputusan yang menjadi dasar penelitian ini.

Ketiga, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan fitur ZISWAF BRKS Mobile meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Nilai-nilai keagamaan dan budaya religius menjadi faktor dominan yang membentuk keyakinan nasabah terhadap keabsahan syariah transaksi ZISWAF. Selain itu, faktor sosial seperti pengaruh lingkungan kerja, keluarga, dan kelompok acuan turut berperan dalam memperkuat atau melemahkan keputusan nasabah. Faktor pribadi dan psikologis, seperti tingkat pemahaman terhadap teknologi, rasa aman, serta persepsi risiko, juga memengaruhi sikap nasabah terhadap penggunaan layanan ZISWAF berbasis digital. Keempat, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keyakinan nasabah terhadap keabsahan syariah transaksi ZISWAF melalui BRKS Mobile tergolong tinggi. Nasabah mempercayai BRKS sebagai bank syariah yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah dan berada di bawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Kepercayaan ini menjadi modal penting bagi BRKS dalam mengembangkan dan mengoptimalkan layanan ZISWAF digital secara berkelanjutan, karena kepercayaan merupakan faktor kunci dalam penggunaan layanan keuangan syariah.

Kelima, temuan dari responden non-pengguna menunjukkan bahwa ketidakgunaan fitur ZISWAF BRKS Mobile bukan semata-mata disebabkan oleh ketidaktahuan, melainkan dipengaruhi oleh kebiasaan menyalurkan ZISWAF secara konvensional, keterbatasan

pemahaman dalam penggunaan aplikasi, kekhawatiran terhadap potensi kesalahan teknis, serta pengaruh lingkungan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa tantangan utama dalam optimalisasi fitur ZISWAF digital terletak pada aspek literasi digital, kebiasaan religius, dan persepsi risiko, bukan pada penolakan terhadap konsep digitalisasi itu sendiri. Keenam, terkait dengan pengembangan fitur, nasabah memberikan masukan penting mengenai perlunya kejelasan identitas pembayar pada bukti transaksi serta penyesuaian sistem pembayaran zakat dengan ketentuan syariah, khususnya terkait batas minimal nominal zakat. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah memiliki kesadaran yang cukup baik terhadap perbedaan antara zakat, infak, dan sedekah, serta mengharapkan sistem BRKS Mobile mampu merepresentasikan prinsip-prinsip ZISWAF secara tepat, akurat, dan sesuai dengan ketentuan syariah. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian yang kuat antara hasil penelitian di lapangan dengan landasan teori yang digunakan. Keputusan nasabah dalam menunaikan ZISWAF melalui BRKS Mobile merupakan hasil dari interaksi antara kebutuhan praktis, nilai religius, pengaruh sosial, serta pertimbangan rasional dan psikologis, yang secara bersama-sama membentuk perilaku nasabah dalam menggunakan layanan keuangan syariah berbasis digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, and Sauda Julia Merliyana. 2022. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6 (1): 974–80. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- Amelia, Poppy, Hatini Diningsih, Siti Nurmaelani, Siti Nurhaeni, Yeni Budiawati, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, and Kota Serang. 2025. "Artificial Intelligence for Efficiency Optimization and Productivity of Agricultural Products : A Literature Review." *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, no. 7, 2025.
- Anwar, Mustofa, and Sykron M Aziz. 2023. "Aktualisasi Infak Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Umat Pasca Pandemi Covid-19." *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 6 (1): 74–87. <https://doi.org/10.58518/al-musthofa.v6i1.1680>.
- Dan, D A N, Undang-undang D I Indonesia, and Mahasiswa Program Pascasarjana. 2022. "267962457." *Jurnal Online UIN Sultan Maulana Hasanuddin* Vol. 19 No:1–10.
- Madhani, Haliza Nur, Radiatul Hafifah, and Radiatus Sholehah. 2025. "Pembayaran Zakat Non-Tunai Secara Online Dalam Perspektif Hukum Islam."
- Minat, Determinan, Berbagi Zakat, Mobile Banking Syariah, Arizky Piliang, Fakultas Ekonomi, and D A N Bisnis. n.d. "Universitas Islam Negeri."
- Nofiaturrehmanah, Fifi. 2018. "Penanaman Karakter Dermawan Melalui Sedekah." *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 4 (2): 313. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i2.3048>.
- Nur Ifriza, Yahya, Prabowo Yudo Jayanto, Muhammad Sam, Jurusan Ilmu Komputer, Universitas Negeri Semarang, and Jurusan Akuntansi. 2023. "Implementasi Penguatan Literasi Ziswaf Digital Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Strategi Pembayaran Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ)." *Jurnal Abdi Negeri* 1 (1): 1–8.
- Pada, Studi, Bank Syariah, and D I Malang. 2010. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung." *Journal of Indonesian Applied Economics* 4 (1): 43–57.
- Pratiwi, Retni. 2023. "The Role of Organizational Culture in Strategic Planning To Achieve Bank Riau Kepri Syariah Performance." *The Third International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering (ICoISSEE)-3*, 1–10.
- Saputra, Yudi. 2024. "ZISWaf Intention Through Islamic Philanthropy Organizations: Does Empathy Matter? The Role of the S-O-R Framework and TPB." *Muslim Business and Economics Review* 3 (1): 124–47. <https://doi.org/10.56529/mber.v3i1.188>.

- Soraya Siti Rahayu, Muhammad Rizky Ramadhan, Riskia, Gledi Yaldes, Meta Anintia, and Andika Nur Fajr. 2024. "Analisis Tantangan Dan Peluang Kewirausahaan Industri Halal Dalam Pertumbuhan Ekonomi." *Journal of Economics and Business* 2 (1): 109–17. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.479>.
- Ulfa, M. 2023. "Pengaruh Faktor Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Ziswaf Melalui Mobile Banking (Studi Kasus Di Baznas ...." <https://idr.uin-antasari.ac.id/24379/2/AWAL.pdf>.
- Witasari, Aryani, and Junaidi Abdullah. 2014. "Tabarru" Sebagai Akad Yang Melekat Pada Asuransi Syariah." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 2 (1): 115. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i1.5253>.
- Zuardi, M Hanafi. 2020. "Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Brilink." *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 8 (1): 93. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v8i1.1910>.