

FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPERCAYAAN MUZAKKI MEMBAYAR ZIS DI LEMBAGA PENGELOLA ZAKAT PASCA PEMBERITAAN KASUS ACT DI MEDIA MASSA (STUDI KASUS MUZAKKI DI WILAYAH JABODETABEK)

Rida Paujiah¹, Wildan Munawar², Tuti Kurnia³

Universitas Djuanda Bogor^{1,2,3}

ridapaujiah1703@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola Zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Media Massa. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 100 responden sebagai jumlah sampel dari muslim Jabodetabek yang mengetahui Berita Kasus ACT dan pernah membayarkan ZIS-nya pada lembaga pengelola zakat. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan bantuan IBM SPSS versi 25. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa Faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola Zakat pasca pemberitaan Kasus ACT di Media Massa yaitu, Faktor pembentuk perilaku muzakki yang terdiri dari Budaya muzakki, Media Massa Muzakki, Religiusitas Muzakki, Lingkungan Sosial Muzakki dan Kesadaran diri Muzakki. Selanjutnya, Faktor kepercayaan Muzakki yang terdiri dari Transparansi Lembaga Zakat, Citra Lembaga Zakat dan Pengetahuan ZIS. Adapun Faktor dominan nya yaitu berasal dari Faktor pembentuk perilaku muzakki.

Kata Kunci: Kepercayaan Muzakki, Lembaga pengelola Zakat, Pemberitaan Kasus ACT di media massa, ZIS.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the factors that determine muzakki's confidence in paying ZIS at Zakat management institutions after the reporting of the Aksi Cepat Tunjung (ACT) case in the mass media. The type of research carried out uses quantitative research with survey research methods. The sample was taken using a purposive sampling technique, involving 100 respondents as the total sample from Jabodetabek Muslims who were aware of the ACT Case News and had paid their ZIS to the zakat management institution. The analytical method used is factor analysis with the help of IBM SPSS version 25. The findings from this research indicate that the factors that determine muzakki's confidence in paying ZIS at the Zakat management institution after the reporting of the ACT Case in the Mass Media are, Factors that shape muzakki behavior consisting of muzakki culture, Muzakki MassMedia, Muzakki Religiosity, Muzakki Social Environment and Muzakki Self-Awareness. Furthermore, Muzakki's trust factor consists of Zakat Institution Transparency, Zakat Institution Image and ZIS Knowledge. The dominant factors come from the factors that shape muzakki behavior.

Keywords: Muzakki Trust, Zakat management institution, ACT case reporting in mass media, ZIS

PENDAHULUAN

Pada tahun 2022, kasus penyelewengan dana di lembaga filantropi kembali menjadi perbincangan publik. Baru-baru ini dilakukan oleh lembaga filantropi Aksi Cepat Tanggap (ACT). Walaupun lembaga filantropi umum di bawah pengawasan Kementerian Sosial (Kemensos), peran ACT sebagai lembaga filantropi berbasis Islam tidak dapat

diabaikan. Hal ini terjadi karena ACT seringkali mengorganisir penggalangan dana untuk membantu negara-negara Muslim seperti Palestina dan Rohingya Myanmar (Handayani & Permana, 2022)

Sebelumnya, kasus tersebut pernah terjadi pada lembaga filantropi Islam. Pada akhir 2021, Densus 88 Polri telah menyita 791 kotak amal yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat Baitul Maal (BM) Abdurrahman bin Auf (ABA) untuk membiayai aktivitas kelompok teroris Jamaah Islamiyah (JI) (Alam, 2021). Kemudian, di tahun 2015 terjadi di Badan Amil Zakat Surabaya. Dana tersebut hampir menghabiskan 50% dari dana Zakat yang terkumpul dan digunakan untuk keperluan operasional pengurus (Assa'diyah & Pramono, 2019)

Munculnya berbagai pemberitaan mengenai Kasus ACT di media massa dapat berdampak pada pengumpulan dana ZIS di lembaga pengelola zakat. salah satu dampaknya, kemungkinan terjadi penurunan kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Hal ini diperkuat dengan adanya penurunan jumlah donasi yang terkumpul melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) selama hari raya Idul Adha. Dalam hal berkorban, biasanya H-3 sudah mendapatkan 80% dari target. Namun baru terkumpul 47% (Fikhasari, 2022). Sedangkan di lembaga Rumah Zakat dan Dompot Dhuafa tidak mengalami dampak dari kasus yang menimpa ACT. Kegiatan dan pengumpulan donasi tetap berjalan seperti yang telah direncanakan, meskipun pihaknya mendapatkan pertanyaan dari para donatur mengenai pengelolaan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) (Safutra, 2023).

Kepercayaan muzakki harus menjadi perhatian besar bagi LPZ, karena muzakki memiliki dampak yang besar yaitu jika muzakki tetap membayarkan ZIS-nya pada lembaga zakat, maka akan terjadi peningkatan penerimaan dana ZIS tersebut. Secara esensial, kepercayaan adalah penilaian subjektif seseorang yang mengacu pada keyakinan bahwa suatu entitas memiliki karakteristik atau kualitas tertentu, tanpa memandang apakah hal tersebut dapat diuji secara empiris atau logis. Kepercayaan juga dapat timbul sebagai hasil dari keterkaitan langsung antara dua orang atau lebih yang memiliki sifat asosiatif (Ginting, 2018).

Membangun kepercayaan dengan orang lain memang tidak mudah. Hal ini tergantung pada perilaku dengan kemampuan orang lain untuk mempercayai dan mengambil risiko (Ramadhania, 2018). Oleh karena itu, untuk melihat muzakki percaya atau tidaknya dapat dilihat juga dari Hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa Faktor yang mempengaruhi muzakki untuk minat membayar ZIS di lembaga pengelola zakat yakni religiusitas dan kesadaran diri yang dibuktikan oleh penelitian (Setiawan, 2018). Di mana kedua variabel tersebut, baik secara individu maupun bersama-sama, berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki dalam melakukan pembayaran zakat melalui lembaga zakat. Kemudian, media massa juga berpengaruh pada minat muzakki membayar ZIS di lembaga zakat. Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Ningsih & Sarwo, 2021). Citra lembaga dan pengetahuan zakat juga berpengaruh terhadap keinginan muzakki membayar zakat di lembaga zakat. Hal ini diperkuat dalam penelitian (Haki, 2021) yang secara parsial dan simultan mempengaruhi minat muzakki membayar zakat di lembaga zakat. Selanjutnya, dalam temuan yang dilakukan oleh (Ayu, 2019) mengungkapkan bahwa lingkungan sosial mempunyai dampak positif terhadap keinginan membayar zakat profesi

Budaya juga mempengaruhi minat muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat yang dibuktikan oleh penelitian (Dewi, 2018). Selanjutnya, Transparansi juga



memiliki pengaruh pada minat muzakki membayar ZIS di lembaga zakat. Hal ini dibuktikan dengan penelitian (Supratman et al., 2023) yang berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Namun, sejak terjadinya pemberitaan kasus yang terjadi pada ACT kemungkinan kepercayaan muzakki berubah. Oleh karena itu, Berdasarkan gambaran latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di Lembaga Pengelola Zakat Pasca pemberitaan kasus Aksi Cepat Tanggap di media massa (Studi Kasus Muzakki di Wilayah Jabodetabek)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor yang menentukan kepercayaan muzakki dalam membayar ZIS, terutama setelah terjadinya pemberitaan kasus ACT di media massa serta mengetahui Faktor dominan yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan kasus ACT di media massa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Pemilihan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan melibatkan 100 responden muslim Jabodetabek yang mengetahui Berita Kasus ACT dan pernah membayarkan ZIS-nya pada lembaga pengelola Zakat. Teknis analisis yang diterapkan adalah analisis faktor menggunakan IBM SPSS versi 25. Selanjutnya, data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner yang disebar kepada Muslim di wilayah Jabodetabek yang mengetahui Berita Kasus Aksi Cepat Tanggap dan pernah membayarkan zakat, infak/sedekahnya pada lembaga pengelola zakat. Sedangkan, data sekunder yang di peroleh dari buku, Jurnal, Skripsi, web, berita dan sumber lainnya. Pengukuran setiap variabel pada kuesioner menggunakan *skala likert* 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat 100 responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner. Pada bagian ini, akan dipaparkan karakteristik dari responden yang terlibat, meliputi:

Table 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kriteria	N	%
Identitas gender	Pria	47	47
	wanita	53	53
Tingkat pendidikan	SD	0	0
	SMPSMA	2	2
	D3	30	30
	S1	12	12
	S2	55	55
	1	1	1

Jenis pekerjaan	Guru/Dosen Wiraswasta	10	10
	Karyawan PNS	20	20
	Lainnya	34	34
		28	28
Penghasilan	Rp. 6000.000-Rp.7000.000	97	97
	Rp.8000.000-Rp. 10.000.000,-	3	3
	≥Rp. 10.000.000,-	0	0
Domisili	Jakarta Bogor Depok	14	14
	Tangerang Bekasi	35	35
		15	15
		24	24
		12	12
Pengetahuan Pemberitaan Kasus Aksi Mengetahui		95	95
CepatTanggap di media massa	Sangat mengetahui	5	5
Media massa yang digunakan untuk mengetahui pemberitaan Kasus Aksi	Media cetak	3	3
	Media elektronik	8	8
CepatTanggap	Media internet	89	89
Kepercayaan Responden terhadap lembaga Zakat Pasca pemberitaan	Tidak Percaya	17	17
	Percaya Sangat	70	70
Kasus ACT di media massa	Percaya	13	13

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari data tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas Muzakki Jabodetabek yang pernah membayarkan zakat, Infak/sedekahnya pada lembaga pengelola zakat dan mengetahui Berita Kasus Aksi Cepat Tanggap berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar berpendidikan terakhir S1. Sebagian besar bekerja sebagai karyawan. Sebagian besar berpendapatan dari Rp6.000.000 sampai dengan Rp.7000.000. sebagian besar berdomisili di Bogor. Sebagian besar mengetahui pemberitaan kasus ACT di media massa. sebagian besar mengetahui pemberitaan kasus ACT di media massa Internet seperti Instagram, Facebook, Tiktok, WhatsApp, Youtube, Berita Online dan Sebagian besar masih mempercayai lembaga zakat sebagai tempat pendistribusian dana ZIS.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, pengujian dilakukan kepada 30 responden yang menerapkan metode *Cronbach Alpha*. Suatu alat pengukuran pernyataan dianggap memiliki keandalan jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60 (Rahmah, 2020). Adapun hasil pengujian *reliabilitas* yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach' Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,971	38

Sumber: Data SPSS, 2023

Tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,971 dengan jumlah pernyataan 38 item. Dari nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa koefisien *Cronbach Alpha* melebihi nilai 0,60. Oleh karena itu, data yang diperoleh dapat dianggap memiliki

keandalan, dan mampu menghasilkan informasi yang konsisten, sehingga apabila diuji dalam waktu yang berbeda akan memperoleh jawaban yang relatif sama.

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan memanfaatkan IBM SPSS versi 25. Untuk tingkat validitas dilakukan menggunakan analisis *Corrected Item-Total Correlation*. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dari 46 pernyataan mengenai faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga Zakat pasca pemberitaan Kasus ACT di media massa, terdapat 38 pernyataan yang mempunyai nilai korelasi item-total yang melebihi 0,361 dan terdapat 8 pernyataan yang mempunyai nilai korelasi item-total kurang 0,361. Oleh karena itu, terdapat 38 pernyataan variabel yang valid dan terdapat 8 pernyataan yang tidak valid dalam mengetahui faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan Kasus ACT di media massa.

FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPERCAYAAN MUZAKKI MEMBAYAR ZIS DI LEMBAGA PENGELOLA ZAKAT PASCA PEMBERITAAN KASUS ACT DI MEDIA MASSA

Pada penelitian ini terdapat 8 variabel yang akan diuji. Masing-masing faktor tersebut akan disederhanakan menjadi lebih sedikit, sehingga faktor tersebut dapat menemukan faktor dominan yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 25 dengan *skala likert* jawaban kuesioner paling tinggi 5 dan paling rendah 1 yang disebarkan kepada 100 responden muslim Jabodetabek yang mengetahui Berita Kasus Aksi Cepat Tanggap dan pernah membayarkan zakat, Infak/sedekahnya pada lembaga pengelola zakat. Adapun langkah-langkah analisis faktor ini sebagai berikut (Hayuningtyas, 2020):

1. Uji Statistik Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett Test

Hasil pengujian KMO-MSA dan Uji Bartlett adalah sebagai berikut:

Tabel 3. KMO-MSA dan Bartlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,858
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	313,268
df	28
Sig.	,000

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3, didapatkan nilai KMO-MSA sebesar 0,858 yang mengindikasikan lebih besar dari 0,5. Dengan demikian, variabel yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Sementara itu, nilai *Sig Bartlett's Test* mencapai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut kurang dari 0,5. Oleh karena itu, variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan yang signifikan dan cocok untuk digunakan dalam analisis faktor.

2. Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Adapun nilai MSA pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Variabel	MSA	Keterangan
Religiusitas Muzakki	0,879a	Valid
Pengetahuan ZIS	0,846a	Valid
Lingkungan Sosial Muzakki	0,892a	Valid
Media Massa muzakki	0,858a	Valid
Budaya muzakki	0,837a	Valid
Kesadaran diri Muzakki	0,884a	Valid
Transparansi Lembaga Zakat	0,844a	Valid
Citra Lembaga Zakat	0,577a	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Dari data yang tercantum pada tabel di atas menunjukkan nilai MSA Religiusitas Muzakki sebesar 0,879a, nilai MSA Pengetahuan ZIS sebesar 0,846a, nilai MSA Lingkungan Sosial Muzakki sebesar 0,892a, nilai MSA Media Massa muzakki sebesar 0,858a, nilai MSA Budaya muzakki sebesar 0,837a, nilai MSA Kesadaran diri Muzakki sebesar 0,884a, nilai MSA Transparansi Lembaga Zakat sebesar 0,844a dan nilai MSA Citra Lembaga Zakat sebesar 0,577a. Dari hasil MSA tersebut, setiap variabel menunjukkan nilai MSA yang melebihi 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari setiap item variabel dianggap valid dan dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

3. Proses Factoring atau Ekstraksi

Adapun nilai *Communalities* sebagai berikut:

Tabel 5. Communalities

	Initial	Extraction
Religiusitas Muzakki	1,000	0,656
Pengetahuan ZIS	1,000	0,519
Lingkungan Sosial Muzakki	1,000	0,568
Media Massa muzakki	1,000	0,772
Budaya muzakki	1,000	0,802
Kesadaran diri Muzakki	1,000	0,619
Transparansi Lembaga Zakat	1,000	0,581
Citra Lembaga Zakat	1,000	0,617

Extraction Method: Principal Component Analysis Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Dari data yang tertera pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *extraction* Religiusitas Muzakki sebesar 0,656, nilai *extraction* Pengetahuan ZIS sebesar 0,519, nilai *extraction* Lingkungan Sosial Muzakki sebesar 0,568, nilai *extraction* Media Massa muzakki sebesar 0,772, nilai *extraction* Budaya muzakki sebesar 0,802, nilai *extraction* Kesadaran diri Muzakki sebesar 0,619, nilai *extraction* Transparansi Lembaga Zakat sebesar 0,581 dan nilai *extraction* Citra Lembaga Zakat sebesar 0,617. Dari nilai *extraction* tersebut, masing-

masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,5. Hal ini menunjukkan, data yang diperoleh dari setiap item pernyataan variabel dapat menjelaskan minimal 50% keragaman data variabel asal dari faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan Kasus ACT di media massa.

4. Faktor yang terbentuk

Adapun Total *Variance explained* pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 6. Total *Variance explained*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,793	47,414	47,414	3,793	47,414	47,414	3,448	43,096	43,096
2	1,341	16,761	64,175	1,341	16,761	64,175	1,686	21,079	64,175
3	0,721	9,014	73,189						
4	0,620	7,753	80,942						
5	0,567	7,088	88,031						
6	0,439	5,493	93,524						
7	0,286	3,581	97,105						
8	0,232	2,895	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis. Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan data yang tertera pada tabel di atas, diketahui nilai total *Eigenvalues* komponen 1 sebesar 3,793 dengan varian 47,414%. Komponen 2 memiliki nilai total *Eigenvalues* sebesar 1,341 dengan varian 16,761%. Nilai total *Eigenvalues* Komponen 3 sebesar 0,721 dengan varian 9,014%. Nilai total *Eigenvalues* Komponen 4 sebesar 0,620 dengan varian 7,753%. Komponen 5 memiliki nilai total *Eigenvalues* sebesar 0,567 dengan varian 7,088%. Nilai total *Eigenvalues* Komponen 6 sebesar 0,439 dengan varian 5,493%. Komponen 7 memiliki nilai total *Eigenvalues* sebesar 0,286 dengan varian 3,581% dan komponen 8 memiliki nilai total *Eigenvalues* sebesar 0,232 dengan varian 2,895%. Dari nilai total *Eigenvalues* tersebut, diketahui bahwa komponen 1 dan 2 memiliki nilai total *Eigenvalues* lebih sebesar dari 1. Sedangkan, pada komponen 3 sampai 8 memiliki nilai kurang dari 1. Oleh karena itu, terdapat 2 faktor yang terbentuk dengan nilai *Cumulative* sebesar 64,175%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor yang terbentuk mampu menjelaskan 64,175% dari faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan Kasus ACT di media massa.

5. Rotasi Faktor

Adapun tabel *component matrix* dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 7. *Component matrix*

	Component	
	1	2
Religiusitas Muzakki	0,791	-0,172
Pengetahuan ZIS	0,552	0,464
Lingkungan Sosial Muzakki	0,702	-0,275
Media Massa Muzakki	0,866	-0,150
Budaya Muzakki Muzakki	0,867	-0,224
Kesadaran diri Muzakki	0,761	0,199

Transparansi Lembaga Zakat	0,535	0,543
Citra Lembaga Zakat	-0,058	0,783

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 Components extracted

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai yang memiliki *factor loading* lebih dari 0,5 pada faktor 1 yaitu hampir semuanya kecuali Transparansi Lembaga Zakat dan Citra Lembaga Zakat yang masuk pada faktor 2. Sedangkan pada faktor 2 sebaliknya. Dari nilai *factor loading* tersebut, mengindikasikan bahwa *ekstraksi* faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Karena, suatu variabel dapat dianggap sebagai bagian dari suatu faktor jika memiliki *factor loading* diatas 0,5. Oleh karena itu, dilakukan proses rotasi Agar faktor 2 memiliki sejumlah *factor loading* yang signifikan. Proses rotasi ini menggunakan metode *varimax with Kaiser Normalization* dengan tujuan untuk mencapai struktur faktor yang lebih sederhana dan mudah diinterpretasikan. Dengan memperbesar nilai *factor loading* yang awalnya tinggi dan mengurangi nilai *factor loading* yang pada awalnya rendah. Dengan demikian, tercipta distribusi *factor loading* yang tercantum dalam tabel *Rotated component matrix* dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 8. *Rotated Component Matrix*

	Component	
	1	2
Religiusitas Muzakki	0,798	0,138
Pengetahuan ZIS	0,337	0,637
Lingkungan Sosial Muzakki	0,754	0,009
Media Massa Muzakki	0,859	0,186
Budaya Muzakki Muzakki	0,888	0,118
Kesadaran diri Muzakki	0,631	0,470
Transparansi Lembaga Zakat	0,292	0,704
Citra Lembaga Zakat	-0,348	0,704

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation converged in 3 iterations

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Dari Tabel di atas menunjukkan keseluruhan nilai beban faktor (*factor loading*) yang bermacam-macam. Berdasarkan nilai *factor loading* yang didapat, ada 5 nilai *factor loading* yang memiliki *factor loading* lebih dari 0,5 terhadap faktor 1 yaitu Religiusitas Muzakki (0,798), Lingkungan Sosial Muzakki (0,754), Media Massa Muzakki (0,859), Budaya muzakki (0,888) dan Kesadaran diri Muzakki (0,631) Sedangkan, pada faktor 2 terdapat 3 nilai *factor loading* yang memiliki nilai lebih dari 0,5. Nilai tersebut, terdiri dari Pengetahuan ZIS (0,637), Transparansi Lembaga Zakat (0,704) dan Citra Lembaga Zakat (0,704).



6. Validasi Hasil Analisis Faktor

Adapun tabel *Component Transformation Matrix* pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 9. *Component Transformation Matrix*

Component	1	2
1	0,927	0,375
2	-0,375	0,927

*Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization*Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada komponen (faktor) 1 dan 2 memiliki nilai korelasi $0,927 > 0,5$. Dari nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang terbentuk sangat akurat dan menunjukkan adanya korelasi yang cukup tinggi antar faktor.

7. Penamaan Hasil Faktor

Berikut adalah penamaan hasil faktor yang dapat ditemukan dalam tabel dibawah ini

Tabel 10. Hasil Interpretasi Faktor

Nama Faktor	Variabel Asal	Nilai Loading	Nilai Eigenvalue	Varian %
Faktor 1 (Faktor Pembentuk Perilaku Muzakki)	Budaya Muzakki	0,888	3,793	47,414
	Media Massa Muzakki	0,859		
	Religiusitas Muzakki	0,798		
	Lingkungan Sosial Muzakki	0,754		
	Kesadaran diri Muzakki	0,631		
Faktor 2 (Faktor Kepercayaan Muzakki)	Citra Lembaga Zakat	0,704	1,341	16,761
	Transparansi Lembaga Zakat	0,704		
	Pengetahuan ZIS	0,637		

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan informasi pada tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan faktor yang terbentuk sebagai berikut:

Faktor Pembentuk Perilaku Muzakki = 0,888 Budaya Muzakki + 0,859 Media Massa Muzakki + 0,798 Religiusitas Muzakki + 0,754 Lingkungan Sosial Muzakki + 0,631 Kesadaran diri Muzakki

Faktor Pembentuk Perilaku Muzakki menjadi Faktor dominan yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan kasus ACT di media massa. Faktor ini memiliki nilai *Eigenvalue* 3,793 yang artinya Faktor ini mampu menjelaskan 47,414% variansi dari 100% faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan kasus ACT di media massa. Perilaku muzakki berkaitan dengan tanggapan muzakki terhadap stimulus akan pemenuhan kewajiban seorang muslim dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Sofiyawati & Halimah, 2022). Pada dasarnya, perilaku mencerminkan pengamalan dan implementasi sikap individu atau kelompok terhadap situasi, kondisi, dan lingkungan sekitarnya, baik itu lingkungan masyarakat, alam, teknologi, atau organisasi. Perilaku

memilih dan mempercayai suatu lembaga sebagai saluran Zakat, Infak dan Sedekah adalah kemampuan muzakki untuk mengandalkan lembaga yang telah dipilihnya. Keahlian ini membuat lembaga amil zakat yang dipercayai menjadi pilihan utama bagi muzakki dalam melakukan zakat, infak, dan sedekah, serta diyakini mampu mengelola dana ZIS dengan efektif. (Aini et al., 2018). Pada penelitian ini, Faktor perilaku muzakki terdiri dari Budaya muzakki, Media Massa Muzakki, Religiusitas Muzakki, Lingkungan Sosial Muzakki dan Kesadaran diri Muzakki.

Budaya merupakan pengetahuan, keyakinan, seni, moral, hukum, tradisi, dan keterampilan lain yang diperoleh oleh individu sebagai bagian dari masyarakat (Muhammad et al., 2023). Budaya muzakki diartikan sebagai budaya membayar ZIS yang dilakukan oleh muzakki. Zakat, Infak dan sedekah merupakan salah satu budaya dalam Islam. Kewajiban membayar zakat merupakan sebagian dari ibadah yang wajib dan merupakan praktik yang diyakini dalam Islam. Oleh karena itu, pelaksanaan ibadah ini harus didasari oleh pengetahuan yang baik (Ayuningtyas & Sari, 2020). Selain itu, tujuan zakat juga mencakup proses penyucian harta milik individu, mengurangi sifat serakah dalam diri manusia, dan mencegah akumulasi kekayaan yang berlebihan pada sebagian orang (Munawar & Qomaruddin, 2016). Tidak hanya zakat saja, tetapi infak dan sedekah juga merupakan sebagian bentuk kepedulian sosial terhadap sesama. Oleh karena itu, budaya Islam yang baik adalah budaya yang peduli terhadap sesama dan membayar ZIS sebagai bentuk kesalehan sosial (Baharuddin et al., 2022). Berdasarkan hasil kuisisioner menunjukkan bahwa budaya Muzakki menjadi variabel yang memiliki nilai *loading tertinggi* yaitu sebesar 0,888.

Sehingga, budaya muzakki ini sangat menentukan muzakki untuk percaya membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Penelitian ini konsisten dengan temuan yang ditemukan dalam studi yang dilakukan oleh (Barkah, 2021), yang mengindikasikan budaya memberikan dampak secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat di BMT Al-Fath Ciputat.

Media massa adalah suatu instrumen atau saluran yang digunakan untuk menyebarkan isi berita, pendapat, komentar, hiburan, dan unsur lainnya (Habibie, 2018). Media massa digunakan oleh muzakki untuk menerima informasi ZIS di LPZ. Seringkali persepsi muzakki dibentuk oleh pesan media massa. Cara pandang seseorang terhadap pesan di media massa menentukan sikap yang dimiliki oleh muzakki tersebut (Agustin, 2019). Berdasarkan hasil kuisisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,859 Media massa menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Adanya media massa dalam masyarakat memudahkan akses untuk memperoleh informasi yang diinginkan atau mengisi waktu luang. Kehadiran media massa, yang secara sengaja maupun tidak sengaja mempengaruhi perilaku individu manusia, termasuk muzakki dalam melaksanakan pembayaran Zakat, Infak dan Sedekah di lembaga zakat (Hasnawati, 2018). Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Ningsih & Sarwo, 2021) dan (Budhi, 2020), menyatakan bahwa media massa mempengaruhi minat muzakki untuk membayar ZIS pada lembaga Zakat.

Religiusitas muzakki merupakan pengabdian muzakki terhadap prinsip-prinsip ajaran agama Islam, yang diwujudkan melalui pelaksanaan kewajiban menyalurkan zakatnya jika harta yang dimilikinya memenuhi persyaratan tertentu. Oleh karena itu,

membayar zakat merupakan salah satu rukun dan kewajiban yang harus dilaksanakan dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT (Salmawati & Fitri, 2018). Selain itu, zakat juga merupakan bentuk ibadah yang mempunyai dua aspek, yaitu hubungan vertikal (*habl min Allah*) dan hubungan horizontal (*habl min an-nas*). Hasil dari pelaksanaan zakat dengan dimensi vertikal dapat membentuk karakter positif bagi muzakki (pemberi zakat) dan mustahik (penerima zakat).

Sementara itu, dimensi hubungan horizontal bertujuan untuk memberikan bantuan kepada yang membutuhkan, mengatasi kemiskinan, serta memberikan dukungan kepada individu atau komunitas muslim yang mengalami kesulitan atau berjuang di jalan Allah dengan cara yang baik dan benar (Ummah & Kurnia, 2020). Tidak hanya zakat, tetapi juga infak dan sedekah merupakan wujud dari kepedulian sosial terhadap sesama. Kepercayaan pada Allah SWT, ketaatan terhadap perintah-Nya, implikasi sosial yang berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman yang kuat mampu membentuk religiusitas muzakki (Tamimi, 2020). Berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,798 Religiusitas Muzakki menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di pada lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa.

Penelitian serupa juga dilaksanakan oleh (Pratiwi & Ridlwan, 2019) yang menyatakan bahwa secara parsial religiusitas islami, *islamic good corporate governance* dan motivasi islam berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada amil zakat di Surabaya. Lingkungan sosial adalah individu-individu lain di sekitarnya, termasuk rekan-rekan sekitar, teman-teman atau orang lain yang mungkin belum dikenalnya (Ardiansyah & Idayanti, 2022). Berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,754 Lingkungan sosial menentukan muzakki untuk percaya membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Seorang muzakki dapat terdorong untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) karena adanya pengaruh dari orang lain, seringkali berasal dari interaksi sehari-hari dengan keluarga, teman-teman, rekan kerja, kawan sekolah, atau melalui berbagai media informasi seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya (Fuad & Anggelista, 2022). Temuan serupa juga diungkapkan dalam studi yang dijalankan oleh (Ayu, 2019) yang mengindikasikan lingkungan sosial berdampak secara signifikan terhadap minat membayar zakat profesi.

Kesadaran diri adalah kemampuan untuk memahami diri sendiri melalui refleksi terhadap pikiran, perasaan, dan perilaku, dengan melibatkan suatu proses introspeksi yang melibatkan pengamatan terhadap diri sendiri dan standar pembenaran yang diterapkan (Hafizha, 2021). Dalam membayar ZIS, keputusan individu dipengaruhi oleh faktor psikologis internal, terutama kesadaran diri terkait pelaksanaan kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah. Semakin individu menyadari bahwa harta merupakan amanah dari Allah, maka tingkat keterlibatannya dalam membayar ZIS akan semakin tinggi. Kesadaran diri ini bersumber dari pemahaman individu tentang tingkat kewajiban membayar ZIS, tingkat kepekaan sosial, tanggapan terhadap konsekuensi pembayaran ZIS bagi muzakki, akses informasi mengenai ZIS, faktor pelayanan dan lokasi dari lembaga pengelola zakat (Puspitasari, 2021). Berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,631 Kesadaran diri Muzakki menentukan kepercayaan muzakki dalam membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Hasil ini juga sama dengan temuan (Setiawan, 2018) yang mengindikasikan kesadaran diri mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap minat membayar zakat



melalui lembaga zakat. Selanjutnya, faktor kedua terdapat pada faktor kepercayaan muzakki, hal ini dapat dibuat persamaannya sebagai berikut:

Faktor Kepercayaan Muzakki = 0,704 Citra Lembaga Zakat + 0,704 Transparansi Lembaga Zakat + 0,637 Pengetahuan ZIS

Faktor Kepercayaan Muzakki menjadi faktor pendukung dalam menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan kasus ACT di media massa. Faktor ini memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 1,341 yang artinya faktor ini hanya mampu menjelaskan 16,761% variansi dari 100% faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola zakat pasca pemberitaan kasus ACT di media massa. Kepercayaan muzakki adalah penilaian yang dilakukan oleh muzakki terhadap kemampuan lembaga zakat untuk dapat dipercayai dalam mengelola zakat, infak dan sedekah yang diberikan (Riyaldi & Yusra, 2020). Faktor ini terdiri dari Citra Lembaga Zakat, Transparansi lembaga zakat dan Pengetahuan ZIS.

Citra Lembaga Zakat merupakan persepsi atau kesan seorang muzakki pada lembaga zakat sebagai lembaga yang kredibel, profesional, terpercaya dan keterbukaan (Haki, 2021). Citra lembaga yang baik dapat mendukung kepercayaan muzakki untuk menyalurkan ZIS-nya melalui lembaga zakat. Berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,704 Citra Lembaga Zakat menentukan kepercayaan muzakki dalam membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Semakin baik kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas suatu lembaga zakat, akan semakin meningkatkan minat, keyakinan, dan motivasi muzakki untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah. Hal ini, Karena muzakki akan tertarik pada lembaga yang sudah memiliki reputasi baik dalam mendistribusikan ZIS. disamping itu, lembaga yang memiliki reputasi yang baik darimuzakki sebelumnya yang telah berkontribusi pada lembaga zakat juga akan memperkuat dorongan muzakki untuk membayar ZIS di lembaga tersebut (Febrianti & Yasin, 2023). Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Rismawati, 2020) dan (Muawanah, 2019) yang menyatakan bahwa Citra Lembaga Zakat berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar ZIS di Lembaga Zakat.

Transparansi merupakan Tanggung jawab pengelola layanan umum untuk menerapkan prinsip keterbukaan dengan memberikan informasi kepada publik (Yusra & Riyaldi, 2020). Bagi lembaga pengelola zakat, Transparansi lembaga zakat menjadi kewajiban para pengelola lembaga Zakat untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam menyampaikan sistem perencanaan zakat, infak/sedekah dan sistem penyalurannya kepada pemangku kepentingan secara benar, lengkap dan tepat waktu (Fitri, 2019). Berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,704 Transparansi lembaga zakat menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Transparansi pengelola zakat akan membentuk sistem pengawasan yang efektif, melibatkan pihak internal organisasi serta muzakki dan masyarakat umum. Oleh karena itu, transparansi akan mengurangi keraguan dan ketidakpercayaan yang mungkin timbul di kalangan masyarakat (Litriani et al., 2021). Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Rapindo et al., 2021) dan (Yusra & Riyaldi, 2020) yang menyatakan Transparansi lembaga zakat mempengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar ZIS di lembaga zakat.

Pengetahuan adalah suatu hal yang telah dipahami, keterampilan, atau informasi



yang telah diketahui terkait suatu topik atau bidang studi (mata pelajaran) (Annas et al., 2022). Bagi muzakki, memperoleh pemahaman tentang Zakat, Infak dan Sedekah sangatlah penting karena merupakan bentuk ibadah yang dianjurkan untuk dilaksanakan dan memiliki potensi untuk mengurangi ketidaksetaraan ekonomi. Oleh karena itu, memiliki pengetahuan tentang ZIS sangat penting bagi keyakinan muzakki, karena pengetahuan ini dapat menjadi motivasi untuk membayar ZIS (Rosmana, 2021). Apabila seseorang memiliki pemahaman yang baik tentang zakat, infak, dan sedekah, terutama zakat, mereka dapat menginterpretasikannya sebagai suatu kewajiban yang harus dilaksanakan. Selain itu, salah satu fungsi zakat adalah untuk mensucikan harta mereka. Pengetahuan muzakki mengenai Zakat, Infak, dan Sedekah juga dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap pengelola zakat, karena dengan pemahaman yang baik tentang ZIS, minat mereka terhadap aspek-aspek terkait ZIS juga meningkat (Farhati, 2019). Berdasarkan hasil kuisisioner menunjukkan bahwa sebesar 0,637 pengetahuan ZIS menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa. Hasil ini juga sama dengan temuan yang dijalankan oleh (Annas et al., 2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan ZIS berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar ZIS di Lembaga Zakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar ZIS di lembaga pengelola Zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor yang menentukan kepercayaan muzakki membayar Zakat, Infak, sedekah di lembaga pengelola Zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa yaitu, Faktor pembentuk perilaku muzakki yang terdiri dari Budaya muzakki, Media Massa Muzakki, Religiusitas Muzakki, Lingkungan Sosial Muzakki dan Kesadaran diri Muzakki. Selanjutnya, Faktor kepercayaan Muzakki yang terdiri dari Transparansi Lembaga Zakat, Citra Lembaga Zakat dan Pengetahuan ZIS.

Faktor dominan yang menentukan kepercayaan muzakki membayar Zakat, Infak, sedekah di lembaga pengelola Zakat pasca pemberitaan Kasus Aksi Cepat Tanggap di Media Massa yaitu berasal dari faktor pembentuk perilaku muzakki muzakki yang mempunyai nilai *eigenvalue* tertinggi sebesar 3,793. Faktor ini terdiri dari, Budaya muzakki, Media Massa Muzakki, Religiusitas Muzakki, Lingkungan Sosial Muzakki dan Kesadaran diri Muzakki.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, M. A. (2019). Pengaruh pemberitaan kasus audrey di detik.com terhadap persepsi masyarakat gunung anyar tentang hukum peradilan anak. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.
- Aini, Z. N., Yuli, S. B. C., & Hakim, R. (2018). Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai di Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Surabaya. Jurnal Ekonomi Syariah, 3(1), 39–57.
- Annas, M., Munawir, & Solihin, I. bayu. (2022). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan



- pengetahuan zakat warga nu desa kesilir kecamatan siliragung kabupaten banyuwangi terhadap minat membayar zakat melalui lazisnu. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 72–87.
- Ardiansyah, & Idayanti, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keagamaan, Lingkungan Sosial, & Sumber Pendapatan Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat Mal Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economic and Business*, 3(02), 116–131. <https://doi.org/10.33477/eksy.v3i02.3095>
- Ayuningtyas, R. D., & Sari, R. L. (S2020). Analisis Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 45–54. <https://doi.org/10.31942/akses.v15i1.3360>
- Baharuddin, E., Ali, M. M., & Rani, M. K. S. (2022). Budaya Membayar Zakat Dalam Kalangan Masyarakat Malaysia: Kajian Kes Di Kuptmkl. *Journal of Islamic*, 7(47), 234–240. <https://doi.org/10.55573/JISED.074723>
- Farhati, W. L. (2019). Pengaruh pengetahuan muzakki, akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat membayar zakat pada organisasi pengelola zakat. Universitas Islam Negeri Walisogo.
- Febrianti, B., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2921–2939. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3720>
- Fikhasari, A. (2022). Imbas Kasus ACT, Kepercayaan Masyarakat ke Lembaga Filantropi Turun. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/imbasm-kasus-act-kepercayaan-masyarakat-ke-lembaga-filantropi-turun.html>
- Fitri, N. A. R. (2019). Faktor-faktor yang menjadikan muzakki berzakat pada lembaga amil zakat muhammadiyah kabupaten gresik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.*, 8(1). <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i2.7809>
- Ginting, A. B. (2018). Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Litriani, E., Handayani, D. L., & Lestari, C. (2021). Korelasi antara transparansi lembaga pengelola zakat dengan tingkat kepercayaan muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Palembang. *Journal On Zakat And Waqf*, 01(01), 53–64.
- Muhammad, Aliamin, & Mulyany, R. (2023). Pengetahuan, Religiusitas, Budaya dan Kepercayaan dan Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Riset Dan Jurnal Akutansi*, 7(2), 1698–1706. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1543>
- Munawar, W., & Qomaruddin. (2016). Implementasi sistem manajemen mutu iso 9001:2008 di badan amil zakat nasional. *Jurnal Syarikah*, 2(1), 149–167.
- Ningsih, W., & Sarwo, E. (2021). Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan [Universitas Muhammadiyah Sumatra utara].
- Puspitasari, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat



- Kesadaran Diri dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Profesi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Blitar. Insititut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Rahmah, F. (2020). Pengaruh Persepsi muzakki terhadap minat membayaz Zakat. STAI Auliaurrasyidin Tembilahan.
- Ramadhania, U. (2018). Pengaruh Pemberitaan Kasus dugaan korupsi E-KTP Setya Novanto di media terhadap tingkat kepercayaan Publik pada DPR-RI. Universitas Lampung.
- Riyaldi, M. H., & Yusra, M. (2020). Mengukur Tingkat Kepercayaan Muzakki kepada Baitul Mal Aceh. *Jurnal Iqtisaduna*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v6i1.14072>
- Rosmana, S. (2021). Motivasi Mahasiswa Dalam Menunaikan Zakat Infaq Dan Shadaqah. Universitas Islam Indonesia.
- Safutra, I. (2023). Pimpinan Bergaji Rp 20-30 Juta dan Dibekali Mobil Innova. Jawa Pos.Com. <https://aceh.jawapos.com/features/08/07/2022/pimpinan-bergaji-rp-20-30-juta-dan-dibekali-mobil-innova/>
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(1), 1.
- Setiawan, D. A. (2018). Analisis Faktor Relegiusitas, Kepercayaan Dan Kesadaran Diri Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Kota Surakarta. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Supratman, Febriyanni, R., & Sinaga, A. (2023). Pengaruh Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Desa Paluh Manis Kecamatan Gebang Membayar Zakat Pada Baznas Kabupaten Langkat. *CIDEA Journal*, 2(1), 60–74.
- Tamimi, N. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Perdagangan di Kota BANDA ACEH. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Ummah, F. N., & Kurnia, T. (2020). Kriteria fisabilillah di lembaga pengelola zakat Indonesia. *Penelitian. Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 6, 83–102.
- Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Faktor-Faktor Penentu Kepercayaan Muzakki kepada Baitul Mal