

**DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM  
MEMBAYAR ZAKAT PROFESI DI DKI JAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH  
GELAR MAGISTER EKONOMI**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**OLEH:**  
**ABID ABDILLAH, S.E.**  
**NIM: 22208011041**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**

**DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM  
MEMBAYAR ZAKAT PROFESI DI DKI JAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH  
GELAR MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**ABID ABDILLAH, S.E.**

**NIM: 22208011041**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.**

**NIP: 19800314 200312 1 003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-706/Un.02/DEB/PP.00.9/05/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI DI DKI JAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABID ABDILLAH, S.E.  
Nomor Induk Mahasiswa : 22208011041  
Telah diujikan pada : Jumat, 09 Mei 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.

SIGNED

Valid ID: 68287252810



Penguji I

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 6828ce670773b



Penguji II

Dr. Ibnu Muhtir, M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 6828ab4ec2544



Yogyakarta, 09 Mei 2025

UTN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.

SIGNED

Valid ID: 6834102948e5

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Abid Abdillah

Kepada  
**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Abid Abdillah  
NIM : 22208011041  
Judul tesis : **“Determinan Minat Masyarakat Muslim Dalam Membayar Zakat Profesi Di DKI Jakarta”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 17 Maret 2025

Pembimbing,



Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.  
NIP: 19800314 200312 1 003

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abid Abdillah  
NIM : 22208011041  
Jurusan/prodi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul "**Determinan Minat Masyarakat Muslim Dalam Membayar Zakat Profesi Di DKI Jakarta**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 17 Maret 2025

Penulis,  
  
Abid Abdillah  
Nim: 22208011041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abid Abdillah

NIM : 22208011041

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Departemen : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Tesis

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

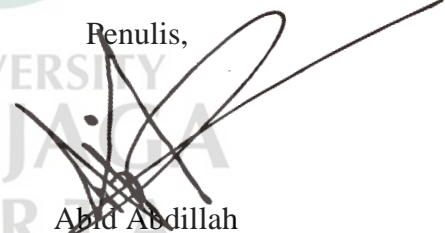
**“Determinan Minat Masyarakat Muslim Dalam Membayar Zakat Profesi Di DKI Jakarta”**

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam jurnal yang tersitasi, guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir / Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 17 Maret 2025

Penulis,



Abid Abdillah  
Nim: 22208011041

## MOTTO

“Berikan seluruhnya kepada seluruh alam, untuk Tuhan dan manusia. Jadilah berguna dan berkembang untuk orang banyak, jadilah tinggi dan melangit namun tetap ingat kaki menginjak bumi”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penuh kebahagiaan dan rasa sedih bertemu menjadi senyum dan tangis. Dengan segala kerendahan hati ini, maka saya mempersembahkan Tesis ini kepada: *Pertama*, Orang tua tercinta Aswan Husain dan Ennid Earlyta Hidayana yang tiada henti mendoakan, mengarahkan, mendidik, mensupport, dan men yang lainnya, juga dengan kehadiran orang tua baru saya Tri Nuryanto dan Astuti yang menjadi penyemangat baru dalam Langkah hidup kedepannya. *Kedua*, adik-adikku, Aqilah Jago Statistik, Affa Dokter Cantik, dan Falih Ganteng yang selalu berjarak tempat namun akan tetap dekat. *Ketiga* kepada Istiqomah Muqni Lestari yang selalu tetap menerima, menemani, dan men yang lainnya, walau singkat namun terasa lama. *Keempat*, persembahan terakhir saya persembahkan kepada Almamater Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan tesis ini didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	š	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	Ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Ki
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I

ـُ	Dammah	U	U
----	--------	---	---

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterai
1.	كَتَبَ	Kataba
2.	ذُكِرَ	Žukira
3.	يَذْهَبُ	Yažhabu

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كَيْفَ	Kaifa
2.	حَوْلَ	Ĥaula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...أ...ي...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

...يِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قَالَ	Qāla
2.	قِيلَ	Qīla
3.	يَقُولُ	Yaqūlu
4.	رَمَى	Ramā

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- a. Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- c. Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Rauḍah al-aṭfāl
2.	طَلْحَةَ	Ṭalḥah

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbana
2.	نَزَّلَ	Nazzala

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُلُ	Ar-rajulu
2.	الْجَلَالُ	Al-Jalālu

## 7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أَكَلَ	Akala
2.	تَأْخُذُونَ	Ta'khuzūna
3.	النَّوْءُ	An-Nau'u

## 8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
١.	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muḥamadun illā rasūl
٢.	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Al-ḥamdu lillahi rabbil 'ālamīna

## 9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka

penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
١.	وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqin / Wa innalāha lahuwa khairur-rāziqīn
٢.	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segenap kekuatan, kemampuan dan kebahagiaan, sehingga tesis ini terselesaikan. Shalawat serta salam, kita kirimkan kepada Rasulullah SAW. dan semoga kita kelak berjumpa dengan-Nya di hari akhir nanti.

Proses pengerjaan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

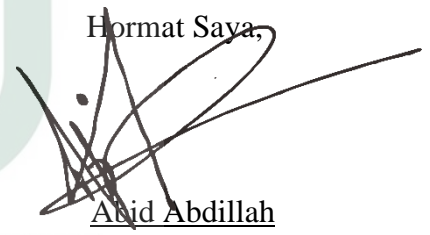
1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., K.CA., ACPA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. Selaku Ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta memberikan motivasi selama penyusunan tesis ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

5. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini.

Semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat. Aamiin.

Yogyakarta, 17 Maret 2025

Hormat Saya,



Abid Abdillah  
NIM 22208011041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TESIS</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xviii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxii
<b>ABSTRAK</b> .....	xxiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xxiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II</b> .....	11
<b>KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Teori Perilaku Konsumen .....	11
2. <i>Theory of planned behavior</i> .....	12
3. Minat .....	14
4. <i>Digital Payment</i> .....	14
5. Zakat profesi.....	16
6. Tingkat pendapatan .....	19
7. Altruisme.....	20
8. Lingkungan .....	21
B. Kajian Pustaka.....	21
C. Pengembangan Hipotesis .....	24
<b>BAB III</b> .....	28
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel .....	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Sumber Data.....	31

E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Metode Dan Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
B. Analisis Deskriptif .....	42
C. Hasil Penelitian .....	49
D. Pembahasan.....	60
<b>BAB V.....</b>	<b>69</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Implikasi.....	71
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi oprasional variabel .....	30
Tabel 4.1 Analisis deskriptif variabel digital payment .....	43
Tabel 4.2 Analisis deskriptif variabel pendapatan .....	44
Tabel 4.3 Analisis deskriptif variabel altriusme .....	45
Tabel 4.4 Analisis deskriptif variabel lingkungan .....	46
Tabel 4.5 Analisis deskriptif variabel sikap .....	47
Tabel 4.6 Analisis deskriptif variabel norma .....	48
Tabel 4.7 Analisis deskriptif variabel perilaku .....	48
Tabel 4.8 Analisis deskriptif variabel minat .....	49
Tabel 4.9 Outer loading.....	50
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) .....	52
Tabel 4.11 Dsicriminant validity.....	53
Tabel 4.12 Cronbach's alpha .....	54
Tabel 4.13 Composite reliability.....	55
Tabel 4.14 R-Square.....	56
Tabel 4. 15 Multicollinearity.....	57
Tabel 4.16 Pengujian hipotesis .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	27
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	38
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	40
Gambar 4. 5 Responden Dengan Lama Bekerja .....	41
Gambar 4. 6 Responden Dengan Status Tempat Bekerja .....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	83
LAMPIRAN 2 TANGGAPAN KUESIONER .....	90
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA .....	97
LAMPIRAN 4 TABEL .....	110
LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT PENELITIAN .....	113



## ABSTRAK

Pada penelitian ini masyarakat muslim di DKI Jakarta tidak seluruhnya dapat dikategorikan sebagai muzaki, karena belum memenuhi jumlah minimum harta yang ditentukan. Namun, hal ini tidak membuat masyarakat muslim di DKI Jakarta kehilangan minatnya untuk membayar zakat. Penelitian dengan 160 responden masyarakat muslim di DKI Jakarta, dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel *digital payment* yang tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi, selanjutnya untuk variabel pendapatan, altruisme, lingkungan, sikap, norma, dan perilaku memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi.

**Kata kunci:** *Digital Payment*, Pendapatan, Altruisme, Lingkungan, Sikap, Norma, Perilaku, Minat, Zakat



## **ABSTRACT**

*In this research, not all Muslim communities in DKI Jakarta can be classified as muzaki (an individual who pays zakat, a mandatory charitable contribution in Islam, to those who are eligible to receive it), as they have not met the minimum asset threshold established. However, this does not diminish the interest of the Muslim community in DKI Jakarta in paying zakat. The research involved 160 respondents from the Muslim community in DKI Jakarta, utilizing purposive sampling for data collection. The results indicate that only the digital payment variable does not significantly affect the interest of the Muslim community in paying professional zakat. In contrast, the variables of income, altruism, environment, attitude, norms, and behavior all have a significant positive impact on the interest of the Muslim community in paying professional zakat.*

**Keywords:** *Digital Payment, Income, Altruism, Environment, Attitude, Norm, Behavior, Interest, Zakat*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Zakat merupakan amalan yang tidak hanya memiliki dimensi sosial, namun juga memiliki dimensi spiritual yang dapat membersihkan harta dan jiwa seorang muslim. Zakat diartikan sebagai kebajikan yang melimpah disebutkan dalam Al-Quran sebanyak 32 kali (Shihab, 1944). Zakat juga disandingkan penyebutannya dalam Al-Quran dengan salat, hal ini menjadikan zakat tidak hanya memiliki dimensi sosial namun juga menjadi dimensi spiritual. Zakat memiliki peran penting untuk menjadi keseimbangan ditengah masyarakat, pendistribusian zakat dilakukan untuk memastikan ketimpangan tidak terlalu besar, sehingga zakat berperan untuk mengedarkan harta dengan maksimal dan merata (Atabik, 2015).

Keseimbangan hidup menjadikan peran untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT dan menjalani interaksi sosial secara maksimal. Keseimbangan hidup menjadikan peran untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT dan menjalani interaksi sosial secara maksimal, peran zakat memiliki posisi strategis untuk membangun perekonomian (Maulana & Satibi, 2024). Zakat memiliki peran penting untuk menjadi keseimbangan ditengah masyarakat, pendistribusian zakat dilakukan untuk memastikan ketimpangan tidak terlalu besar, sehingga zakat berperan untuk mengedarkan harta dengan maksimal dan merata (Atabik, 2015).

Zakat profesi menjadi zakat dengan potensi kedua terbesar setelah zakat perusahaan mencapai ratusan triliun. Pentingnya menghimpun dan mengelolah zakat profesi dengan melihat besarnya potensi yang ada maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa nomor 3 Tahun 2003 tentang zakat penghasilan, dijelaskan bahwa penghasilan rutin ataupun tidak rutin yang telah mencapai niṣāb dalam satu tahun yakni mencapai 85 gram emas wajib mengeluarkan zakat. Zakat dapat dikeluarkan saat menerima upah jika telah cukup dan jika belum cukup maka dikumpulkan selama satu tahun kemudian dikeluarkan jika penghasilan bersihnya sudah cukup niṣāb sebesar 2,5% (MUI, 2003), sejalan dengan keluarnya keputusan ketua badan amil zakat nasional (BAZNAS) nomor 22 tahun 2022 tentang nilai niṣāb zakat pendapatan dan jasa tahun 2022 yang menjelaskan bahwa niṣāb zakat penghasilan senilai 85 gram emas dengan kadar zakat sebesar 2,5% (BAZNAS, 2022b).

Profesi secara istilah berarti suatu pekerjaan yang memerlukan pengetahuan, keahlian, pekerjaan, dan kepintaran (Riyadi, 2015). Walaupun zakat profesi pada zaman Rasulullah belum dipraktikkan mengingat sumber pendapatan dengan melihat profesi belum diperhatikan, namun zakat profesi menjadi wacana dari masa kontemporer (Bakri, 2021). Zakat profesi tidak dijelaskan secara khusus dalam kitab-kitab fikih klasik, sehingga pengelolaan zakat profesi tidak dijelaskan secara khusus dalam Al-Quran dan sunah, zakat profesi juga termasuk zakat yang diperselisihkan aturan dan ketentuannya (Bakri, 2021). Zakat profesi adalah *ijtihad* para ulama yang pada awalnya belum dikenal dalam Islam. Menurut Qardawi (2007) dalam perkembangan usaha ekonomi, dan semakin luas wilayah yang

mendatangkan keuntungan atau uang, maka zakat profesi lahir sebagai perkembangan zaman.

Literatur fikih klasik menjelaskan zakat profesi adalah zakat dari harta yang didapat, menurut Didin Hafiduddin, setiap pekerjaan halal baik dilakukan secara perorangan maupun secara kelompok yang penghasilannya telah mencapai nişāb, maka wajib dikeluarkan zakat profesinya. Pentingnya melihat penghasilan dari sebuah pekerjaan yang mulai berkembang menjadikan zakat profesi menjadi wajah keadilan pada masyarakat, petani dan peternak di desa-desa diwajibkan untuk membayar zakat begitupun dengan seseorang yang memiliki profesi dengan penghasilan besar diwajibkan membayar zakat, maka zakat profesi dapat dikeluarkan dari seluruh penghasilan yang dilakukan (Hannani, 2008).

Zakat profesi memiliki potensi terbesar senilai Rp 139.07 triliun dengan posisi kedua terbesar setelah zakat perusahaan sebesar Rp 144.5 triliun (BAZNAS, 2020), data ini menyimpulkan besarnya potensi yang ada pada zakat profesi, namun kesadaran dalam menunaikan kewajiban zakat tidak berbanding lurus dengan tingkat pemahaman bahwa seorang muslim yang pendapatannya sudah mencapai nişāb (batas minimal harta kepemilikan wajib zakat selama satu tahun) wajib menunaikan zakat profesi. BAZNAS (2024) mencatat penerimaan zakat harta hanya 167 miliar, ini menunjukkan bahwa penerimaan zakat yang terjadi masih jauh dari potensi yang ada hanya sebesar 0,1% dari potensi yang diharapkan.

Pada tahun 2022 Jumlah upah rata-rata per jam pekerja di DKI Jakarta adalah yang paling besar dari seluruh provinsi yaitu 32.685 rupiah/jam (BPS,

2022), dengan jumlah angkatan kerja sebesar 5.445.767 orang dengan yang bekerja sebesar 5.107.775. DKI Jakarta juga memiliki upah minimum regional tertinggi yaitu sebesar Rp. 4.276.350 (BPS, 2020). Hasbi Zaenal et al. (2022) menjelaskan bahwa DKI Jakarta memiliki potensi zakat penghasilan Aparatur Sipil Negara (ASN) non guru peringkat 3 (tiga) setelah Jawa Barat dan Jawa Timur sebesar 101,9 miliar. DKI Jakarta juga memiliki potensi zakat profesi terbesar pada karyawan industri skala provinsi di Indonesia sebesar 63,1 miliar (Hasbi Zaenal et al., 2022). menurut Pemaparan di atas membuktikan DKI Jakarta memiliki potensi zakat profesi yang cukup besar. Selain itu, penyaluran zakat di DKI Jakarta mencapai 2 (dua) triliun pada tahun 2020-2021, dan menjadikan DKI Jakarta menjadi penyalur zakat terbesar di seluruh provinsi di Indonesia (Baznas, 2022), dengan jumlah penduduk sebesar 98% beragama Islam (10.677.975 orang) , menjadikan DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi yang memiliki potensi besar dalam menghimpun zakat (BPS, 2025).

Menurut data BPS DKI Jakarta (2025) profesi di DKI Jakarta dibagi menjadi 6 (enam) kategori umum yaitu, profesi dengan usaha milik sendiri dengan jumlah pekerja 23% (1.173.975 orang) , profesi buruh tidak tetap dengan jumlah pekerja 5% (26.7776 orang), profesi buruh tetap dengan jumlah pekerja 4% (193.649 orang), profesi pegawai dengan jumlah 60% (3.059.737 orang), profesi pekerja bebas dengan pekerja 3% (128.724 orang), profesi pekerja keluarga dengan jumlah pekerja 6% (283.914 orang). Dengan angkatan kerja berjumlah 5.445.767 orang maka 93% dari jumlah angkatan kerja di DKI Jakarta telah memiliki pekerjaan, dengan gaji rata-rata sebesar RP. 5.806.940 (BPS, 2020).

Berbeda dengan peneliti wawancara via *whatsapp* pada tanggal 22 November 2024 yang peneliti lakukan dengan inisial IH salah satu asisten pribadi sekaligus staf tenaga ahli Komisi 6 DPR RI. Menurut IH dilingkungan tempatnya bekerja ada banyak perputaran uang yang terjadi di DKI Jakarta, namun orang-orang di tempatnya bekerja tidak peduli soal zakat walaupun dengan pendapatan 15 (lima belas) sampai 30 (tiga puluh) juta perbulan, sejalan dengan yang dijelaskan oleh IH, peneliti juga melakukan wawancara via *whatsapp* dihari yang sama dengan RA yang bekerja di *PT. World Innovative Telecommunication*, RA menjelaskan bahwa perputaran uang di tempatnya bekerja digunakan untuk keperluan konsumtif, dan tidak terlalu peduli dengan kewajibannya membayar zakat, menurut RA di tempatnya bekerja gaji yang tinggi belum tentu menjadikan orang di tempatnya bekerja peduli dengan zakat. Badan Pusat Statistik (2024) juga menjabarkan bahwa DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi dengan rata-rata pendapatan bersih sebulan menurut provinsi dan lapangan pekerjaan utama tertinggi dibandingkan seluruh wilayah daerah di Indonesia.

Kebiasaan sekitar sangat berpengaruh terhadap munculnya minat masyarakat muslim dalam membayar zakat (Astuti & Prijanto, 2021). Teori perilaku terencana "*theory of planned behavior*" menjelaskan bagaimana perilaku setiap individu melakukan setiap perbuatannya menggunakan informasi dan menjalankannya dengan sistematis (Ajzen, 1991). Beberapa hal yang mempengaruhi individu dalam melakukan sebuah perencanaan adalah sikap (pendapat tentang perilaku), norma (pendapat orang lain tentang perilaku), dan perilaku (kontrol diri yang dirasakan) (Ajzen & Fishbein, 2005). Ketiga hal tersebut

yang akan mempengaruhi perilaku zakat seseorang, maka 3 (tiga) faktor ini dapat memprediksi minat masyarakat muslim dalam berzakat. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seorang individu untuk membayar zakat, faktor yang mempengaruhi individu dalam membayar zakat selanjutnya adalah pendapatan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pristi & Setiawan (2019) dengan hasil pendapatan memiliki pengaruh signifikan dalam membayar zakat. Selanjutnya dijelaskan oleh Suroto (2000) pendapatan dihasilkan dari usaha yang diakumulasikan setiap tahunnya yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup seseorang. Kaitannya dengan zakat profesi adalah membayar zakat dengan melihat waktu dan ketercapaian harta 1 (satu) tahun penuh.

Selanjutnya altruisme juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat individu dalam membayar zakat. Arifin (2015) menjelaskan bahwa altruisme adalah sikap yang dimiliki oleh seseorang untuk membantu orang lain tanpa adanya niat timbal balik dan tidak mementingkan dirinya sendiri, hal ini menjelaskan bahwa altruisme berperan dalam mempengaruhi minat masyarakat muslim dalam membayar zakat (Alfira, 2022), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Is'ad & Ach. Yasin (2023) menjelaskan bahwa altruisme berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat. Menurut Myers perilaku altruisme dapat dilihat dari beberapa tingkah laku, yaitu empati, *belief on a just world*, dan tanggung jawab sosial (Arifin, 2015). Selanjutnya adalah Variabel lingkungan yang mempengaruhi individu dalam membayar zakat, seperti yang dijelaskan oleh Fuad & Anggelista (2022) yang menjelaskan bahwa lingkungan berpengaruh positif

terhadap membayar zakat. Azwar (2013) dalam teorinya menjelaskan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dapat dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, di pertegas oleh penelitian Bin-Nashwan et al. (2019) lingkungan menjadi bagian yang berpengaruh untuk menjadi pertimbangan dalam membayar zakat.

BAZNAS (2023) juga telah melakukan kerja sama dengan aplikasi pembayaran zakat. Selain BAZNAS, zakat juga dapat lebih dimaksimalkan lagi penghimpunan dana zakatnya melalui berbagai aplikasi seperti, kitabisa.com, gopay, gopoints, gotix, ovo, kaskus, shopee, JD.id, bukalapak, dll, Kemudahan dalam melakukan pembayaran zakat melalui aplikasi juga dikembangkan oleh berbagai bank yang ada di Indonesia bahkan telah berkembang sampai ke rumahzakat.org, nucare.id, lazismu.org, dan lain sebagainya. Kemudahan pembayaran zakat ini disediakan untuk memaksimalkan penyerapan potensi zakat profesi yang ada di Indonesia. Selanjutnya menurut penelitian yang dilakukan oleh *smereu research institute*, menunjukkan bahwa masyarakat dengan berpenghasilan tinggi memiliki akses internet yang lebih tinggi sebesar 69.1% hal ini juga mendukung penggunaan *digital payment* untuk memaksimalkan potensi zakat yang ada (BAZNAS, 2022a).

Perkembangan media dalam melakukan transaksi membayar zakat dalam media dapat diukur melalui 3 (tiga) persepsi, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan niat perilaku (Davis, 1986). Ketiga hal tersebut dapat memprediksi sejauh mana masyarakat memanfaatkan layanan yang diberikan

dengan maksimal, dengan adanya kemudahan teknologi ini tercatat sejak tahun 2016 pemanfaatan *platform* media dalam jaringan hanya sebesar 1% dan meningkat pada tahun 2019 sebesar 14% meningkat lagi pada tahun 2020 sebesar 20% (Rukmana et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dari itu penulis tertarik membahas “DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI DI DKI JAKARTA” Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini sebanyak 7 (tujuh) variabel independen, yaitu *digital payment*, tingkat pendapatan, altruisme, lingkungan, sikap, norma, dan perilaku serta 1 (satu) variabel dependen yaitu minat membayar zakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *digital payment* memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?
2. Apakah tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?
3. Apakah altruisme memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?
4. Apakah lingkungan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?

5. Apakah sikap memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?
6. Apakah norma memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?
7. Apakah perilaku memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh *digital payment* terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.
3. Untuk mendeskripsikan pengaruh altruisme terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.
4. Untuk mendeskripsikan pengaruh lingkungan terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.
5. Untuk mendeskripsikan pengaruh sikap terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.
6. Untuk mendeskripsikan pengaruh norma terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.

7. Untuk mendeskripsikan pengaruh perilaku terhadap minat masyarakat muslim di DKI Jakarta dalam membayar zakat profesi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka manfaat dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan keilmuan dan pengetahuan dan menjadi referensi tambahan yang berkaitan dengan zakat profesi.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan mengenai zakat profesi.
- b. Bagi pembaca, diharapkan menjadi referensi serta literatur penelitian untuk selanjutnya di kembangkan, juga untuk menambah wawasan bagi pembaca.
- c. Bagi lembaga amil zakat, di harapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk meningkatkan jumlah penghimpunan zakat profesi, dan dapat melakukan beberapa strategi pendekatan kepada masyarakat muslim yang berkeinginan untuk membayar zakat profesi.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta analisis pembahasan yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh dari variabel *digital payment*, pendapatan, altruisme, lingkungan, sikap, norma, dan perilaku terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *digital payment* tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin tinggi pengaruh *digital payment*, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin rendah. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_1$  dalam penelitian ini “Ditolak”.
2. Variabel pendapatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin tinggi pendapatan seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_2$  dalam penelitian ini “Diterima”.
3. Variabel altruisme memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin tinggi rasa altruisme pada diri seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam

membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_3$  dalam penelitian ini **“Diterima”**

4. Variabel lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin tinggi pengaruh lingkungan seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_4$  dalam penelitian ini **“Diterima”**.
5. Variabel sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin jelas sikap yang melekat pada diri seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_5$  dalam penelitian ini **“Diterima”**.
6. Variabel norma memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin besar pengaruh norma yang ada pada seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_6$  dalam penelitian ini **“Diterima”**.
7. Variabel perilaku memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Artinya, semakin besar pengaruh dan semakin jelas perilaku yang melekat pada seseorang, maka minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi semakin tinggi. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa  $H_7$  dalam penelitian ini **“Diterima”**.

8. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh responden dengan jumlah 160 dapat diwajibkan membayar zakat profesi, namun dengan melihat pengaruh 7 (tujuh) variabel X terhadap 1 (satu) variabel Y yang bersifat baik karena dari 7 (tujuh) variabel X tersebut hanya 1 (variabel) X yaitu *digital payment* yang tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat. Maka, dapat disimpulkan bahwa masyarakat muslim di DKI Jakarta memiliki keinginan untuk melaksanakan zakat profesi walaupun belum memenuhi syarat menjadi seorang muzaki.

## **B. Implikasi**

1. *Digital payment* sebagai media pembayaran untuk memudahkan tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan tersebut, maka ini dapat menjadi acuan bagi seluruh lembaga ‘amil zakat untuk terus menyosialisasikan metode pembayaran yang harapannya dapat menjadi pertimbangan dan mendorong masyarakat untuk lebih mudah mengakses pembayaran zakat.
2. Pendapatan sebagai faktor psikologis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan ini, maka dapat menjadi dorongan setiap lembaga ‘amil zakat untuk memperjelas pendataan dan mengumpulkan zakat kepada profesi-profesi yang berkembang dengan penghasilan yang telah memenuhi batasan yang diterapkan dan didistribusikan secara merata dan adil, sehingga manfaatnya lebih dirasakan lagi.

3. Altruisme sebagai faktor psikologis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan ini, maka dapat menjadi dorongan pada setiap masyarakat muslim untuk terus memperhatikan sekitar agar dapat memberikan lebih banyak manfaat kepada orang-orang yang membutuhkan. Hal ini juga dapat menjadi acuan bagi lembaga ‘amil zakat untuk mensosialisasikan penyaluran yang tepat sasaran dan keterbukaan kepada masyarakat muslim yang telah bersedia menyalurkan dananya ke lembaga ‘amin zakat, sehingga dapat berpengaruh baik dan dapat meningkatkan kesejahteraan bagi orang-orang yang membutuhkan.
4. Lingkungan sebagai faktor sosial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan tersebut, menunjukkan bahwa lingkungan kerja, tempat tinggal, dan tempat bergaul dapat menjadi pemicu bagi masyarakat muslim dalam melakukan pembayaran zakatnya. Hal ini dapat menjadi acuan bagi lembaga ‘amil zakat untuk dapat memperluas wilayah sosialisasinya sehingga dapat berpengaruh terhadap kesadaran seseorang yang telah sampai batas hartanya (masyarakat muslim) untuk menunaikan zakat.
5. Sikap sebagai faktor psikologis seseorang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan tersebut, maka hal ini dapat menjadi motivasi setiap masyarakat muslim yang telah merasa memiliki kewajiban membayar zakat untuk segera memutuskan sikap dan menunaikan zakatnya. Hal ini dapat menjadi acuan bagi

lembaga 'amil zakat untuk lebih memperhatikan dan membina masyarakat muslim di sekitarnya agar tercipta keteguhan hati para masyarakat muslim, sehingga dapat menyalurkan hartanya untuk menunaikan zakat.

6. Norma sebagai faktor psikologis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan temuan tersebut, maka hal ini dapat menjadi landasan bagi setiap lembaga 'amil zakat untuk dapat menjadi pelopor utama untuk membersamai seseorang yang telah sampai batas hartanya (masyarakat muslim) untuk menunaikan zakat, sehingga dapat menjadi salah satu faktor meningkatnya pengumpulan zakat.
7. Perilaku sebagai faktor psikologis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat profesi. Berdasarkan hasil ini maka dapat menjadi landasan bagi setiap lembaga 'amil zakat untuk terus memperhatikan kualitas layanan, profesionalisme dan kinerjanya untuk menjadi dorongan perilaku yang diputuskan oleh setiap masyarakat muslim,, selain itu juga dapat melakukan pendekatan kepada masyarakat yang belum mengerti dan mengetahui, sebab dorongan menunaikan zakat bagi masyarakat muslim adalah perilaku yang terbentuk disetiap interaksi yang dilakukannya.

### **C. Keterbatasan Penelitian dan Saran**

1. Penelitian ini dilakukan hanya dengan 160 responden dengan cakup penelitian yang luas yaitu di Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang masih tergolong dalam jumlah sampel yang tidak sebanding serta wilayah penelitian yang terbatas. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya agar menambahkan jumlah sampel dan memperluas cakupan wilayah

2. Pada penelitian ini hanya menggunakan 2 (dua) jenis variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Karenanya, diharapkan untuk melakukan pengembangan penelitian dengan menambah variabel atau menambah jenisnya, seperti variabel moderasi ataupun variabel intervening.
3. Pada penelitian ini sampel yang digunakan terlalu umum, hanya dengan masyarakat muslim bekerja yang ada di Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan pengerucutan sampel.
4. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini diolah SEM-PLS. oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan metode analisis yang digunakan, seperti AMOS dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A. S. (2017). *Zakat Ketentuan dan Pengelolaannya*. Anugrahberkah Sentosa.
- Achmad Fauzi, Shifa Ashila Salwa, Aniar Safitri, Eka Amelia Chiesa Julianti, & Sindy Nur Fazriyah. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.409>
- Afandi, M. Y. (2022). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2). <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Agus Hidayat, A., Rizal, M., Arie Novita, S., & Shinta Hardiyanti, I. (2024). Altruism as Moderation on Zakat Literacy, Trust, and Religiosity Toward the Decision of Muzakki to Pay Zakat at LAZ Solopeduli. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 159. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v9i1.9821>
- Ahmad, N., & Aditya, S. N. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Aisyah, W. R. N., & Wardana, G. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Rejoso Dalam Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v3i1.5374>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 466–487. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90057-0](https://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90057-0)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Alan, C. (2004). *Positive Psychology: The Science of Happiness and Human*. Brunner-Routledge.
- Alfira Oktaviani, Shalsa;Fatah, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan dan Altruisme terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Lembaga Zakat Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Muzakki DKI Jakarta). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2), 1670–1679. <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4689>

- Ardianto, T., Hari, T., & Sumarono, H. (2018). Pertimbangan Moral Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, 490–503.
- Arifin, B. S. (2015). *Psikologi Sosial*. Pusaka Setia.
- Arrosyid, A., & Priyojadmiko, E. (2022). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dengan Religiusitas Dan Niat Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 15–37. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic>
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Atabik, A. (2015). Peranan zakat dalam pengentasan kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 339–361.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Baharuddin, J. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1306–1312. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3353>
- Bailey, A. A., Petina, I., Mishra, A. S. M., & Mimoun, M. S. Ben. (2017). *Mobile Payments Adoption by US Consumers an Extend*. 45(6), 1–17.
- Bakri, A. (2021). *Zakat Profesi*. Hikam Pustaka.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga.
- Baznas. (2022). Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2022. *Badan Amil Zakat Nasional*, 6(1), 11. <https://baznas.go.id/laporan-zakat-nasional>
- BAZNAS. (2020). Outlook zakat nasional 2020. In *Puskas Baznas*. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>
- BAZNAS. (2022a). *Outlook Zakat Indonesia 2022*.
- BAZNAS. (2022b). *Surat Keputusan Ketua BAZNAS No 22 Tahun 2022*.
- BAZNAS. (2023). *No Title*. <https://baznas.go.id/>
- Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2019). Do enforcement, religiosity and peer influence Zakah compliance behavior? *International Journal of Financial Research*, 10(6), 42–53. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n6p42>
- BPS. (2020). *Upah Minimum Regional/Propinsi*.

- BPS. (2022). *Upah Rata-Rata Per Jam Pekerja*.
- BPS DKI Jakarta. (2025). *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2025*.
- Budaya, A., & Nasution, S. A. (2021). Pengembangan Mandatori Zakat Dalam Sistem Zakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Living Law*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.30997/jill.v13i1.3036>
- Catwright, D., & Zander, A. (1968). *Group Dynamics: Research and Theory*. Harper and Row Publisher.
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Results. *Sloan School Of Management*, 1–291. <https://doi.org/10.1126/science.146.3652.1648>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Diana, R. (2022). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Tanjung Jabung .... *Journal of Islamic Economic and Finance ...*, 3(2), 17–25. <https://online-journal.unja.ac.id/JIEF/article/view/20258%0Ahttps://online-journal.unja.ac.id/JIEF/article/download/20258/15077>
- Fahmi, Z., & M.Nur, M. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 1(3), 89. <https://doi.org/10.29103/jeru.v1i3.592>
- Faiz, A., Darisman, D., & Ridha, A. A. (2023). Pandangan Masyarakat Terhadap Mata Uang Digital Untuk Alat Pembayaran Zakat, Infaq, Dan Shadaqoh/Donasi Dalam Hukum Islam. *Jurnal Education and Development*, 11(1), 541–549. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.4521>
- Farhatunnada, I., & Ghafur Wibowo, M. (2022). Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(2), 182–207. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no2.123>
- Fasa, A. (2020). Intensitas Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Resmi Jawa Barat. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 2(2), 29–40. <https://doi.org/10.15575/aksy.v2i2.9793>
- 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>

- Fuad, L., & Anggelista, N. T. (2022). Pengaruh Pemahaman Zakat dan Lingkungan sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Pada Make Up Artist di Kecamatan Tulangan, Sidoarjo. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 4(1), 88–109. <https://doi.org/10.15642/mzw.2022.4.1.88-109>
- Ghozali, A. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hakim, A. R., Ali, Z. M., & Avivy, A. L. F. (2024). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Muzaki Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Rokan Hulu. *Journal Pengabdian Multidisiplin*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i5.509>
- Hannani. (2008). *Zakat Profesi: Dalam Tataran Teoritik dan Praktik*. Trust Media Publishing.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Media Pressindo.
- Hasbi Zaenal, M., Choirin, M., Hartono, N., Farchatunnisa, H., & Rarasocta, A. violaditya. (2022). Potensi Zakat BAZNAS Provinsi. *Puskas Baznas, July*, 1. <https://www.puskasbaznas.com/publications/published/officialnews/1687-potensi-zakat-baznas-provinsi>
- Hawirah, H., Ni'mah, S., & Hamzah, A. (2023). Tafsir Ayat Zakat Perspektif Sosial Kemasyarakatan. *Jurnal Al-Mubarak: Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Tafsir*, 8(2), 61–75. <https://doi.org/10.47435/al-mubarak.v8i2.2268>
- Houston, D. D. (2019). Adoption of Digital Payment Acceptance Among Millennials. *Medium*, 7(2), 55–67.
- Intan Suri Mahardika Pertiwi. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat pada Baznas Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/index>
- Is'ad, D. H., & Ach. Yasin. (2023). Factors That Influence Muzakki Intention to Pay Zakat at Zakat Institutions. *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 10(1), 120–135. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v10i1.428>
- Karim, M. L., Syihabudin, & Najib, M. A. (2024). Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan Di Laz Dompot Dhuafa Banten ( Studi. 9(204), 2369–2382. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23520>
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>

- Kerlinger, F. N. (1992). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Gajah Mada University Press.
- Kotrel, P., & Amstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Gramedia.
- Lestari, A. (2011). Pandangan Islam Tentang Faktor Pembawaan Dan Lingkungan Dalam Pembentukan Manusia ( Kajian Ilmu Pendidikan Islam ). *Jurnal Pendidikan Universitas Garut*, 5(1), 1–13.
- Mahardika, M. C. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kendali Perilaku Terhadap Niat Kepatuhan Pegawai Iain Surakarta Dalam Membayar Zakat. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2), 383–408. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2765>
- Maulana, N., & Satibi, I. (2024). Kontekstualisasi Objek Zakat Era Kontemporer di Indonesia: Aset Keuangan Publik Dalam Pembangunan Bangsa. *Jurnal Iqtisaduna*, 10(1), 64–86. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v10i1.46766>
- MUI. (2003). Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan. *Himpunan Fatwa MUI*. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/23.-Zakat-Penghasilan.pdf>
- Noor, M. (2015). *Memotret data kuantitatif: Untuk skripsi, Tesis, Disertasi*. CV. Duta Nusindo Semarang.
- Notoatmojo, S. (2010). *Ilmu Prilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nugraha, J., Alfiah, D., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Lestari, W., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Prilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). Nasya Expanding Management.
- Nugraheni, N. O., & Muthohar, A. M. (2021). Analisis Pengaruh Religiositas, Pendapatan, dan Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat Masyarakat Muslim Kabupaten Semarang Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 169. <https://doi.org/10.30829/ajei.v6i2.10080>
- Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 6(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>
- Pria Diansyah, Mei Risita, Sefti Rehayani, Samsul Bahri, & Maya Panomara. (2022). Pengaruh Tingkat Pendapatan, dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Palembang. *Journal Of Comprehensive Science*, 1(5), 1188–1194.
- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. A. S. (2018). Pengaruh pelayanan, lokasi,

- pengetahuan, dan sosial terhadap keputusan menabung di ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 157-172. Diakses Juli 5, 2021. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/23876>
- Qardawi, Yusuf. (2007). *Hukum Zakat* (Salman (ed.)). Pustaka Literia Antar Nusa.
- Qardawi, Yusuf. (2007). *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status dan Filasafat Zakat Berdasarkan Qr'an dan Hadis*. Litera Antar Nusa.
- Quthbi, Z. H., & Rafsanjani, P. (2022). Dampak Pendapatan, Pemahaman dan Lingkungan Masyarakat dalam Kepatuhan Membayar Zakat Masyarakat Kecamatan Selong. *Jurnal Maqosid*, 10(02), 1–11. <https://jurnal.iainwpancor.ac.id/index.php/maqosid/article/view/823/600>
- Rahma, A., & Sodik, A. (2024). Media Sosial , Pengetahuan , dan Altruisme terhadap Minat Bersedekah Karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. *Jebisku: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 2(1), 108–122.
- Ramadhan, F. H., & Triono, F. R. (2022). Pengaruh Online Payment terhadap Minat untuk Berzakat Online. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 139–151. <https://doi.org/10.29300/aij.v8i2.7751>
- Riyadi, F. (2015). Kontroversi zakat profesi pesrpektif ulama kontemporer. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(1), 109–132.
- Rizkia, R., Arfan, M., & Sabri, M. (2014). Pengaruh Faktor Budaya, Motivasi, Regulasi, dan Pemahaman Tentang Zakat Terhadap Keputusan Muzakki untuk Membayar Zakat Maal. *Jurnal Telaah & Ridet Akuntansi*, 7(1), 29–38.
- Rohmayani, Y. (2018). Zakat Profesi Dan Implikasinya Dalam Meningkatkan Kualitas Ekonomi Umat. *Jurnal Masyarakat Dan Filantropi Islam*, 1(1), 21–30.
- Roihan Habibi, Ahmad Wira, & Hulwati. (2024). Peran Moderasi Altruisme: Literasi Zakat, Pendapatan dan Minat Muzakki. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3936–3956. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4112>
- Rosadi, A. (2019). *Zakat dan Wakaf: Konsepsi, Regulasi, dan implementasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., Panorama, M., & Islam Negeri Raden Fatah Palembang, U. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5, 2607–2615. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2572>
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188–201. [republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-](https://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-)

warga/wacana/17/11/05/oyxpgy396-zakat-dan-gerakan-literasifilantropi

- Safitrie, N. I., & Hidayati, I. (2024). *Pendapatan Sebagai Variabel Mediasi ( Studi Kasus Muzakki NU-Care LAZISNU Lowokwaru )*. 7(2), 318–332.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Shihab, Q. (1944). *Wawasan Al-Qur'an*. Mizan.
- Sistiawati, N. (2020). Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Media Digital Di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Pendidikan Dan Pengajaran*, 11(2), 10–19. <https://doi.org/10.55047/jrpp.v1i2.216>
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2019). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Cv. Andi Offset.
- Sumadi, S., & Priliastuti, D. (2021). Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.53088/jerps.v1i1.43>
- Sumarwan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (1st ed.). IPB Press.
- Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gadjah Mada University Press.
- Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). Use Digital Payment in Micro, Small and Medium Business. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Susanto, R. K., & Sahetapy, W. L. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial. *Journal of AGORA*, 9(2), 1–9.
- Syawal Harianto, Erni Nonita Qia, & Teuku Fakhrial Dani. (2021). Determinasi Perilaku Muzzaki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 48–57.
- Syujai, M. (2022). Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money dalam Perspektif Islam. *Pusaka*, 10(1), 140–152. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.670>
- Tatik, S. (2013). *Prilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Urwatunnisa, L., Malik, Z. A., & Anshori, A. R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Berzakat dalam Program Cinta Zakat. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3(1), 131–138.

<https://doi.org/10.29313/bcssel.v3i1.5398>

- Verdianti, V., & Puja, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Pengumpulan Zakat Pada Baznas Kalbar. *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.24260/aktiva.v1i1.992>
- Wa'adarramah, & Haris, A. (2024). Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2.
- Wahrudin, B., Purwaningrum, T., Nurhayati, A., & Setiawan, F. (2024). *FACTORS AFFECTING GENERATION Z ' S INTENTION TO PAY ZAKAT THROUGH DIGITAL PAYMENT*. 13(2), 182–200.
- Widyarini, L. A., & Gunawan, S. (2017). Predicting Consumer Purchase Intention on Fashion Products in Online Retailer: Integration of Self Determination Theory and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Emerging Research in Management and Technology*, 6(9), 7–18. <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i9.78>
- Zaeni, N., Mukhsin, M., & Abduh, M. (2024). *Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada Baznas Di Provinsi Banten*. 9(204), 1349–1360. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i2.22597>

