

**MINAT MASYARAKAT EKS-KARESIDENAN KEDU JAWA TENGAH
DALAM MENUNAIKAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH MELALUI
ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT PENDEKATAN
ANALISIS BLACK BOX**



TESIS

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

OLEH:

BAYU SETIAJI MUSLIH, S.T.
NIM: 24208011023

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

**MINAT MASYARAKAT EKS-KARESIDENAN KEDU JAWA TENGAH
DALAM MENUNAIKAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH MELALUI
ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT PENDEKATAN
ANALISIS BLACK BOX**



TESIS

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

OLEH:

**BAYU SETIAJI MUSLIH, S.T.
NIM: 24208011023**

DIBIMBING OLEH:

**Dr. IBI SATIBI, S.H.I., M.Si
NIP: 19770910 200901 1 011**

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

2026



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-1196/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : MINAT MASYARAKAT EKS-KARESIDENAN KEDU JAWA TENGAH DALAM
MENUNAIKAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH MELALUI ORGANISASI
PENGELOLA ZAKAT PENDEKATAN ANALISIS BLACK BOX

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BAYU SETIAJI MUSLIH, S.T.
Nomor Induk Mahasiswa : 24208011023
Telah diujikan pada : Senin, 10 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a884cc507295



Penguji I
Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a8864980bac9



Penguji II
Dr. Abdul Haris, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a8801be6bf5b



Yogyakarta, 10 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 6a8bfb2ad192d

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Persetujuan Thesis Saudara Bayu Setiaji Muslih

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Bayu Setiaji Muslih

NIM : 24208011023

Judul Tesis : **Minat Masyarakat Eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah
Dalam Menunaikan Zakat Infak Dan Sedekah Melalui
Organisasi Pengelola Zakat Pendekatan Analisis Black Box**

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 dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Juli 2026



Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
NIP: 19770910 200901 1 011

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Setiaji Muslih

NIM : 24208011023

Prodi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul **“Minat Masyarakat Eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah Dalam Menunaikan Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Organisasi Pengelola Zakat Pendekatan Analisis Black Box”** adalah benar-benar merupakan karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam body note dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan semestinya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Juli 2026

Penyusun



Bayu Setiaji Muslih

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

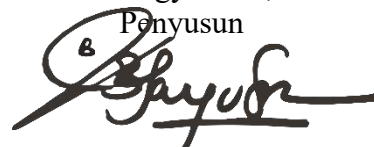
Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Setiaji Muslih
NIM : 24208011023
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Minat Masyarakat Eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah Dalam Menunaikan Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Organisasi Pengelola Zakat Pendekatan Analisis Black Box”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 21 Juli 2026

Penyusun



Bayu Setiaji Muslih

HALAMAN MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain."

(HR. Al-Ṭabarānī no 5787)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, tesis ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta atas kasih sayang, doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti.
2. Istri dan anak-anak tercinta yang selalu menjadi sumber semangat, doa, dan inspirasi dalam setiap langkah penulis.
3. Bapak/Ibu dosen, guru, dan para pembimbing atas ilmu, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan.
4. Keluarga Besar Yayasan Dana Kemanusiaan Dhuafa beserta seluruh rekan kerja atas dukungan dan kesempatan untuk terus belajar dan berkarya.
5. Seluruh amil Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang terus mengabdikan diri dalam pengelolaan zakat yang amanah, profesional, dan berdampak bagi umat.
6. Almamater Program Magister sebagai tempat penulis menimba ilmu dan mengembangkan wawasan keilmuan.

Semoga tesis ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pengelolaan zakat di Indonesia.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ĥā'	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye

ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah

terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—○—	Fathah	ditulis	<i>A</i>
—◌—	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
—◌—	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تنسى	ditulis	<i>tansā</i>

3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah Swt. yang dengan rahmat, pertolongan, dan ridha-Nya penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tesis ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umatnya yang istiqamah mengikuti sunnah beliau hingga akhir zaman.

Tesis yang berjudul **"Minat Masyarakat Eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah Dalam Menunaikan Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Organisasi Pengelola Zakat Pendekatan Analisis Black Box"** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
4. Bapak Dr. Ibnu Muhtir, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik selama saya menjadi mahasiswa di Program Studi Magister Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan arahan, kritik, dan saran yang sangat berarti sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

6. Bapak Dr. M Yazid Afandi, M.Ag dan Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan penyempurnaan terhadap tesis ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta yang telah memberikan wawasan kepada penulis
8. Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan moral maupun material.
9. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
10. Seluruh rekan mahasiswa Magister Ekonomi Syariah serta sahabat yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki berbagai keterbatasan.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan pada penelitian selanjutnya.

Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi syariah, serta menjadi referensi bagi penelitian berikutnya dan berkontribusi terhadap pengembangan pengelolaan zakat, infak, dan sedekah di Indonesia.

Yogyakarta, 22 Juli 2026

Penulis



Bayu Setiaji Muslih

DAFTAR ISI

COVER	1
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	9
A. Konsonan Tunggal.....	9
B. Konsonan Rangkap Karena <i>Syaddah</i> Ditulis Rangkap	10
C. Ta' Marbutah	10
D. Vokal Pendek dan Penerapannya	11
E. Vokal Panjang.....	11
F. Vokal Rangkap	xii
G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof	xii
I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12

A.	Landasan Teori	12
1.	Teori Black Box	12
2.	Zakat, Infak dan Sedekah.....	18
3.	Transparansi	22
4.	Promosi	23
5.	Pemasaran Dalam Islam.....	24
B.	Kajian Pustaka.....	27
C.	Kerangka Teoretis dan Pengembangan Hipotesis	37
1.	Promosi	38
2.	Transparansi	39
3.	Budaya.....	40
4.	Sosial.....	41
5.	Psikologis.....	42
6.	Personal.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
A.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
1.	Pengukuran Promosi (Pro).....	46
2.	Pengukuran Transparansi (Tr).....	47
3.	Pengukuran Budaya (Bd).....	48
4.	Pengukuran Sosial (Ss)	49
5.	Pengukuran Psikologis (Ps).....	50
6.	Pengukuran Personal (Pr).....	51
7.	Pengukuran Variabel Minat Membayar ZIS melalui OPZ.....	51
B.	Pengumpulan Data	52
C.	Model Empiris.....	55
D.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	56
1.	Uji Validitas.....	56
2.	Uji Reliabilitas	57
3.	Uji Pendahuluan.....	58
E.	Langkah-Langkah Analisis.....	63
1.	Analisis Deskriptif	63

2. Analisis Inferensial dengan SEM-PLS.....	64
BAB IV ANALISIS DAN HASIL	67
A. Deskripsi Demografi Responden	67
1. Jenis Kelamin.....	67
2. Usia Responden.....	68
3. Tingkat Pendidikan	69
4. Pekerjaan Responden	70
5. Tingkat Pendapatan.....	71
6. Asal Daerah.....	72
B. Analisis Deskriptif Data.....	73
1. Statistik Deskriptif Varabel Minat Menunaikan ZIS.....	73
2. Statistik Deskriptif Varabel Promosi	76
3. Statistik Deskriptif Varabel Transparansi.....	78
4. Statistik Deskriptif Varabel Budaya	80
5. Statistik Deskriptif Varabel Sosial	81
6. Statistik Deskriptif Varabel Personal	83
7. Statistik Deskriptif Varabel Psikologis.....	84
C. Hasil Analisis SEM-PLS	86
1. Hasil Evaluasi Model Pengukuran.....	86
2. Hasil Uji Signifikansi Hubungan Pengukuran	94
3. Hasil Evaluasi Keباikan Model Struktural.....	96
4. Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung.....	99
D. Pembahasan Hasil Uji SEM-PLS.....	103
1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menunaikan ZIS Melalui OPZ ...	103
2. Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Menunaikan ZIS Melalui OPZ	105
3. Pengaruh Budaya Terhadap Minat Menunaikan ZIS Melalui OPZ	108
4. Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menunaikan ZIS Melalui OPZ.....	111
5. Pengaruh Personal Terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ	114
6. Pengaruh Psikologis Terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ .	117
BAB V PENUTUP	120

A. Kesimpulan	120
B. Implikasi Penelitian.....	122
C. Keterbatasan dan Rekomendasi	126
REFERENSI.....	128
LAMPIRAN-LAMPIRAN	137
A. Kisi-Kisi Kuisioner Penelitian	137
B. Data Mentah.....	145
D. Hasil Olah Data SEM PLS 4.....	173
CURRICULUM VITAE	179



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Black Box Model	12
Gambar 2. 2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
Gambar 2. 3 Kerangka Teoritis	37



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Nama dan Simbol Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Indikator yang Mempengaruhi Promosi.....	46
Tabel 3. 3 Indikator yang Mempengaruhi Trasparansi.....	47
Tabel 3. 4 Indikator yang Mempengaruhi Budaya.....	48
Tabel 3. 5 Indikator yang Mempengaruhi Sosial	49
Tabel 3. 6 Indikator yang Mempengaruhi Psikologi.....	50
Tabel 3. 7 Indikator yang Mempengaruhi Personal	51
Tabel 3. 8 Indikator yag Mempengaruhi Minat Membayar ZIS melalui OPZ.....	52
Tabel 3. 9 Populasi Penduduk Muslim di Kedu.....	53
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	60
Tabel 3. 11 Hasil Pengujian Nilai HTMT	62
Tabel 3. 12 Hasi Pengujian Reabilitas.....	63
Tabel 4. 1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	68
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	72
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	73
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Minat.....	74
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	76
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Transparansi	78
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Budaya	80
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Sosial.....	82
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Personal.....	83
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Psikologis.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Perhitungan Outer Loading	87
Tabel 4. 15 Hasil Perhitungan Diskriminant Validity	88
Tabel 4. 16 Ringkasan Uji Validitas	91
Tabel 4. 17 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	92
Tabel 4. 18 Nilai Variance Inflation Factor (VIF).....	93
Tabel 4. 19 Hasil Uji Signifikansi Hubungan Pengukuran	95
Tabel 4. 20 Nilai R2 Model.....	97
Tabel 4. 21 Nilai F-Square	97
Tabel 4. 22 Nilai Q-Square.....	99
Tabel 4. 23 Uji Singnifikasi Pengaruh Langsung.....	100
Tabel 4. 24 Ringkasan Uji Hipotesis.....	101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori *Black Box* sebagai landasan teoritis. Variabel independen meliputi promosi, transparansi, budaya, sosial, personal, dan psikologis, sedangkan variabel dependen adalah minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 405 responden Muslim di wilayah eks-Karesidenan Kedu. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, transparansi, sosial, personal, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Psikologis menjadi faktor dengan pengaruh paling kuat dalam membentuk minat masyarakat. Sementara itu, budaya berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui OPZ dipengaruhi oleh kombinasi rangsangan eksternal dan karakteristik internal individu.

Hasil penelitian mengimplikasikan perlunya OPZ memperkuat strategi promosi, transparansi pengelolaan ZIS, pendekatan berbasis sosial, serta memperhatikan karakteristik personal dan psikologis masyarakat dalam meningkatkan penghimpunan ZIS melalui lembaga resmi.

Kata Kunci: Minat Menunaikan ZIS, Organisasi Pengelola Zakat, *Black Box*, Promosi, Transparansi, Budaya, Sosial, Personal, Psikologis, SEM-PLS.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing people's intention to perform zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) through Zakat Management Organizations (OPZ). The study employs a quantitative approach, with the Black Box theory serving as the theoretical foundation. The independent variables consist of promotion, transparency, culture, social factors, personal factors, and psychological factors, while the dependent variable is the intention to perform ZIS through OPZ. Data were collected through questionnaires distributed to 405 Muslim respondents in the former Kedu Residency area. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4.

The results indicate that promotion, transparency, social factors, personal factors, and psychological factors have a positive and significant effect on the intention to perform ZIS through OPZ. Psychological factors have the strongest influence on people's intention. Meanwhile, culture has a significant negative effect on the intention to perform ZIS through OPZ. These findings indicate that people's intention to perform ZIS through OPZ is influenced by a combination of external stimuli and individual internal characteristics.

The findings imply that OPZs need to strengthen promotional strategies, transparency in ZIS management, social-based approaches, and consideration of people's personal and psychological characteristics to increase ZIS collection through formal zakat management institutions.

Keywords: *Black Box Theory; Zakat Management Organization; Intention to Pay Zakat, Infaq, and Sadaqah; Promotion; Transparency; Culture; Social; Personal Factors; Psychological Factors; SEM-PLS.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

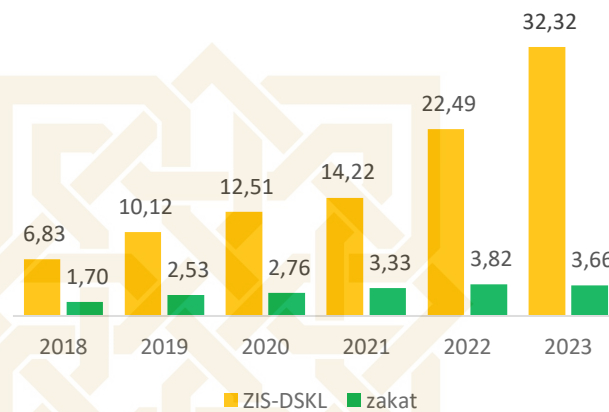
Zakat merupakan salah satu instrumen utama dalam filantropi Islam yang sejak dahulu hingga kini memiliki peran strategis dalam mewujudkan kesejahteraan sosial dan pemerataan ekonomi. Sifat zakat dalam agama islam yaitu *obligatory* tidak sekedar *voluntary*, ini yang membedakan antara zakat dan infak. Zakat secara bahasa berarti berkembang dan bertambah (Zuhaylī, 2010). Zakat berperan penting dalam mewujudkan *maqāṣid syariah* melalui redistribusi kekayaan dan peningkatan kesejahteraan sosial (Midisen & Achmad, 2024), sehingga zakat dapat menjadi kewajiban ibadah, instrumen keadilan dan kemaslahatan umat (Piliyanti, 2023).

Pengelolaan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Zakat Nomor 23 Tahun 2011, dimana zakat dikelola oleh Badan Amil Zakat (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang kemudian disebut sebagai Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Tahun 2025 terdapat 748 OPZ di Indonesia, terdiri dari 1 BAZNAS RI, 34 BAZNAS Provinsi, 508 BAZNAS Kota/Kabupaten, sedangkan LAZ Nasional sejumlah 56 lembaga, LAZ Provinsi 44, LAZ Kota/Kab sejumlah 105 lembaga dengan total perolehan ZIS Nasional sebesar 44,6 Triliun (BAZNAS, 2026).

Penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1. Sejalan dengan perkembangan

tersebut, pada tahun 2024 Indonesia kembali dinobatkan sebagai negara paling dermawan di dunia.

Gambar 1. 1 Penerimaan ZIS-DSKL Indonesia (Triliun)



Sumber: PPID BAZNAS

Sebanyak 66% orang dewasa tercatat pernah menolong orang asing (*helped a stranger*), 90% mendonasi uang (*donated money*), dan 65% terlibat dalam kegiatan *volunteering* (Giving, 2024). Data diatas menjadi modal bahwa masyarakat Indonesia memiliki budaya filantropi yang kuat. Studi diatas senada dengan meningkatnya masyarakat yang menunaikan ZIS melalui OPZ. Tercatat pada tahun 2023 total muzaki nasional sebanyak 27,7 juta muzaki, mengalami kenaikan menjadi 31,4 juta muzaki pada tahun 2024 walaupun pada tahun 2025 mengalami penurunan sebanyak 28,7 juta muzaki (BAZNAS 2026).

Namun, pertumbuhan penerimaan zakat, infak dan sedekah melalui lembaga masih belum optimal dibandingkan perilaku masyarakat di Indonesia yang memilih untuk menyalurkan ZIS secara langsung kepada mustahik. Menurut Survei Nasional Pengumpulan ZIS 2019–2020 terhadap 3.211

responden yang terdiri atas 667 DKM masjid, 477 lembaga pengelola ZIS non-DKM, dan 2.067 individu, penghimpunan ZIS nonkelembagaan mencapai Rp 58,2 triliun pada 2019 dan meningkat menjadi Rp 61,25 triliun pada 2020.

Sejalan dengan kondisi nasional, provinsi Jawa Tengah menunjukkan tren yang sama terkait minat masyarakat menunaikan ZIS melalui lembaga dan non-lembaga. Pada tahun 2019 dan 2020 nilai ZIS non-lembaga di Jawa Tengah tercatat stabil pada angka 3,224 triliun, menandakan mayoritas masyarakat masih memilih menyalurkan ZIS secara langsung kepada mustahik, masjid, atau kanal tradisional lainnya dibandingkan melalui institusi resmi. Kesenjangan yang cukup besar antara penghimpunan ZIS lembaga dan non-lembaga mengindikasikan adanya tantangan dalam hal tata kelola organisasi pengelola zakat. Di berbagai wilayah di Jawa Tengah juga mengalami kondisi serupa khususnya di Wilayah Kedu.

Berdasarkan data BPS jumlah masyarakat muslim di Eks-Karesidenan Kedu mencapai 5,2 juta jiwa, dengan rincian terbesar berada di Kabupaten Kebumen sebanyak 1.396.851 jiwa, diikuti Kabupaten Magelang 1.286.192 jiwa, Wonosobo 923.649 jiwa, Purworejo 791.386 jiwa, Temanggung 785.749 jiwa, dan Kota Magelang 110.148 jiwa (BPS Jawa Tengah, 2020). Potensi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Eks-Karesidenan Kedu diperkirakan mencapai Rp2,365 triliun per tahun, dengan kontribusi terbesar berasal dari Kabupaten Magelang sebesar Rp 602,98 miliar, kemudian Kabupaten Kebumen sebesar Rp 542,59 miliar, Purworejo Rp 385,12 miliar, Temanggung

Rp 359,5 miliar, Wonosobo Rp 322,89 miliar, dan Kota Magelang Rp152,56 miliar (Puskas BAZNAS, 2022).

Namun data menunjukkan realisasi penghimpunan zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Eks-Karesidenan Kedu masih jauh dari potensi. Pada tahun 2024, penerimaan ZIS yang dikelola BAZNAS dan beberapa LAZ di enam daerah Eks-Karesidenan Kedu hanya mencapai 47 miliar rupiah. Perbandingan antara potensi dan realisasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ZIS dengan penghimpunan aktual.

Salah satu faktor yang menyebabkan penghimpunan zakat belum optimal adalah masih rendahnya kecenderungan masyarakat untuk menunaikan zakat melalui OPZ. Kondisi ini dipengaruhi oleh keyakinan bahwa menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik dianggap lebih utama, di samping pertimbangan kemudahan, kedekatan emosional, dan kebiasaan yang telah berkembang di masyarakat (Yarham & Siregar, 2021). Kondisi ini menyebabkan pengelolaan zakat tidak optimal dan fungsi zakat sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat kurang berjalan secara maksimal.

Kelompok masyarakat muslim yang telah memiliki penghasilan tetap maupun tidak tetap menjadi basis potensial penghimpunan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Kelompok ini memiliki kewajiban syariat untuk menunaikan zakat sekaligus kemampuan finansial untuk berinfaq dan bersedekah. Wilayah eks-Karesidenan Kedu memiliki potensi strategis untuk meningkatkan penerimaan ZIS melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Namun, potensi besar tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam angka penghimpunan zakat

di OPZ setempat. Diperlukan penelitian lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat muslim Kedu dalam menyalurkan ZIS melalui OPZ.

Permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunan ZIS, tetapi juga menunjukkan adanya persoalan pada tingkat minat masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui OPZ. Besarnya jumlah penduduk Muslim dan potensi ZIS di wilayah Eks-Karesidenan Kedu belum sepenuhnya diikuti oleh kecenderungan masyarakat untuk menggunakan OPZ sebagai saluran penyaluran ZIS. Masyarakat masih memiliki alternatif penyaluran secara langsung kepada mustahik, masjid, pesantren, keluarga, maupun lingkungan sosial terdekat. Pilihan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan OPZ belum sepenuhnya menjadi preferensi utama masyarakat dalam menunaikan ZIS. Rendahnya kecenderungan tersebut menjadi persoalan penting karena minat merupakan tahap awal yang menentukan keputusan masyarakat dalam memilih saluran penyaluran ZIS.

Penelitian terdahulu memperlihatkan variasi variabel yang memengaruhi minat membayar zakat melalui lembaga. Amar *et al.* (2024) menemukan penggalangan dana digital dan kapabilitas organisasi berpengaruh signifikan terhadap penghimpunan zakat dan reputasi lembaga. Annahl *et al* (2021) melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* menyimpulkan bahwa pengetahuan, kepercayaan dan persepsi kemudahan menjadi faktor penting dalam membangun niat membayar zakat maal melalui lembaga. Penelitian Hakim *et al.* (2022) menekankan pentingnya kredibilitas lembaga sebagai

faktor dominan yang memengaruhi keputusan muzaki. Yerroo *et al.* (2023) meneliti variabel intensi masyarakat Maroko dalam menunaikan zakat menunjukkan kualitas layanan, kepatuhan syariah, kompetensi tenaga kerja, penggunaan teknologi dan keterbukaan informasi menjadi kunci kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan zakat. Temuan ini diperkuat oleh Sunarsih *et al.* (2023) yang menyoroti perbedaan aspek sosiodemografis dan sikap muzakki dalam memotivasi mereka membayar zakat melalui lembaga. Rangkaian penelitian terdahulu diatas memberikan landasan penting perilaku muzaki dalam membayar ZIS yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan internal.

Salah satu pendekatan yang relevan adalah teori *Black Box* yang dikembangkan oleh Kotler. Teori ini menjelaskan keputusan seseorang dalam mengambil tindakan dipengaruhi oleh stimulus eksternal yang kemudian diproses dalam kotak hitam (*black box*) pikiran individu dan akhirnya menghasilkan respons berupa keputusan atau tindakan tertentu (Kotler & Armstrong, 2018). Teori *Black Box* memberikan kerangka analisis untuk memahami dinamika perilaku muzaki dalam variabel yang mempengaruhi penghimpunan ZIS.

Berdasarkan teori *Black Box* yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018), keputusan seseorang dalam melakukan suatu tindakan merupakan hasil dari proses internal yang terjadi dalam diri individu setelah menerima berbagai stimulus dari lingkungan eksternal. Pada penghimpunan ZIS melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), stimulus eksternal tersebut

dapat berupa promosi yang dilakukan lembaga, transparansi pengelolaan dana, budaya masyarakat dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar. Berbagai stimulus tersebut selanjutnya diproses dalam karakteristik internal individu (*buyer characteristics*) yaitu faktor psikologis dan faktor personal, kemudian menghasilkan respons berupa minat untuk menunaikan ZIS melalui OPZ.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang sebagian besar menguji pengaruh langsung faktor-faktor tersebut terhadap minat membayar zakat, penelitian ini berupaya menjelaskan mekanisme terbentuknya minat melalui pendekatan *Black Box* secara lebih komprehensif. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi perilaku muzaki dan memberikan rekomendasi praktis bagi OPZ dalam menyusun strategi penghimpunan ZIS yang lebih efektif sesuai karakteristik masyarakat muslim di wilayah eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian berjudul **“Minat Masyarakat Eks-Karesidenan Kedu Jawa Tengah Dalam Menunaikan Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Organisasi Pengelola Zakat Pendekatan Analisis *Black Box*”** relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku *muzaki* dan *munfik* melalui perspektif *Black Box* terhadap masyarakat muslim di Eks-Karesidenan Kedu. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi OPZ dalam menyusun strategi penghimpunan ZIS yang lebih efektif, transparan dan sesuai dengan karakteristik masyarakat muslim berpenghasilan di Eks-Karesidenan

Kedu. Optimalisasi potensi ZIS dan peran zakat sebagai instrumen pembangunan ekonomi umat diharapkan dapat tercapai secara lebih maksimal.

B. Rumusan Masalah

Guna memaksimalkan potensi penerimaan ZIS melalui lembaga di kalangan masyarakat muslim Eks-Karesidenan Kedu, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah promosi dan sosialisasi ZIS berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?
2. Apakah transparansi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?
3. Apakah budaya berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?
4. Apakah sosial berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?
5. Apakah psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?
6. Apakah personal berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di OPZ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh promosi ZIS terhadap minat membayar ZIS di OPZ.

2. Untuk menjelaskan pengaruh transparansi terhadap minat membayar ZIS di OPZ.
3. Untuk menjelaskan pengaruh budaya terhadap minat membayar ZIS di OPZ.
4. Untuk menjelaskan pengaruh sosial terhadap minat membayar ZIS di OPZ.
5. Untuk menjelaskan pengaruh psikologis terhadap minat membayar ZIS di OPZ.
6. Untuk menjelaskan pengaruh personal terhadap minat membayar ZIS di OPZ.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Akademisi, penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya khazanah keilmuan di bidang ekonomi Islam, khususnya terkait perilaku konsumen Muslim dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Hasil penelitian dapat menjadi referensi akademik dalam pengembangan teori perilaku konsumen, terutama dengan pendekatan *black box*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor stimulan yang memengaruhi perilaku *muzaki* dalam menunaikan kewajiban syariah melalui lembaga resmi.
2. Bagi Organisasi Pengelola Zakat, penelitian ini memberikan manfaat praktis berupa informasi empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong dan menghambat minat masyarakat dalam membayar ZIS. Dengan

mengetahui pengaruh promosi, transparansi, faktor sosial, budaya, psikologis, maupun personal, OPZ dapat merancang strategi layanan dan program yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini juga membantu OPZ dalam meningkatkan kredibilitas, kepercayaan, dan loyalitas muzaki, sehingga penerimaan zakat dapat lebih optimal dan berkontribusi pada kesejahteraan umat.

3. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan, memberikan masukan bagi pemerintah dalam menyusun kebijakan terkait pengelolaan ZIS di Indonesia. Data empiris mengenai perilaku masyarakat dalam menunaikan ZIS dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperkuat ekosistem zakat nasional sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.
4. Bagi Masyarakat Umum, meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya menyalurkan ZIS melalui lembaga yang amanah dan profesional. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menunaikan ZIS, sehingga masyarakat dapat lebih reflektif dalam memahami motivasi, persepsi, dan perilaku mereka sendiri. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui OPZ demi tercapainya kesejahteraan sosial yang lebih luas.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan tesis ini disusun dalam lima bab. Bab I memuat pendahuluan yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

Bab III menjelaskan metode penelitian, yang mencakup desain penelitian, teknik pengumpulan data, pengukuran variabel, serta metode analisis data. Bab IV menyajikan hasil penelitian beserta pembahasannya berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Selanjutnya, Bab V berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat masyarakat di wilayah eks-Karesidenan Kedu, Jawa Tengah dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) menggunakan teori *Black Box*, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui OPZ. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas promosi yang dilakukan OPZ, baik melalui penyampaian informasi, kampanye, edukasi, hubungan masyarakat, maupun media digital, dapat meningkatkan perhatian dan ketertarikan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi.

Kedua, transparansi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan, kejelasan, dan akurasi informasi mengenai pengelolaan dana ZIS menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam menentukan pilihan penyaluran ZIS melalui OPZ. Semakin baik informasi pengelolaan ZIS yang diterima dan dipahami masyarakat, semakin kuat kecenderungan mereka untuk menggunakan OPZ sebagai saluran penyaluran ZIS.

Ketiga, budaya terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ, tetapi arah pengaruhnya negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai, kebiasaan, dan lingkungan budaya masyarakat belum

secara langsung mengarahkan peningkatan minat untuk menyalurkan ZIS melalui OPZ. Kuatnya budaya filantropi dalam masyarakat dapat diwujudkan melalui berbagai saluran, termasuk penyaluran secara langsung kepada keluarga, lingkungan sekitar, komunitas, masjid, maupun pesantren, sehingga preferensi terhadap OPZ sebagai lembaga formal tidak selalu meningkat sejalan dengan penguatan faktor budaya.

Keempat, sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran dalam membentuk kecenderungan masyarakat untuk menggunakan OPZ sebagai saluran pembayaran ZIS. Interaksi dengan keluarga, teman, komunitas, tokoh agama, dan kelompok sosial dapat memberikan informasi, dorongan, serta contoh perilaku yang memperkuat minat masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui lembaga resmi.

Kelima, personal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik individu, yang meliputi kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri, turut menentukan kecenderungan masyarakat dalam memilih OPZ sebagai saluran penyaluran ZIS. Perbedaan karakteristik personal dapat menghasilkan pertimbangan dan preferensi yang berbeda dalam menentukan cara menunaikan ZIS.

Keenam, psikologis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ serta menjadi faktor dengan pengaruh paling kuat dalam model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi,

persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap individu memiliki peran penting dalam membentuk minat masyarakat. Semakin positif proses psikologis yang terbentuk terhadap ZIS dan OPZ, semakin besar kecenderungan masyarakat untuk menunaikan ZIS melalui lembaga resmi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui OPZ tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas eksternal seperti promosi, transparansi, budaya, dan sosial, tetapi juga oleh karakteristik internal berupa personal dan psikologis. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa proses pembentukan minat merupakan hasil interaksi antara rangsangan lingkungan dan karakteristik individu sebagaimana dijelaskan dalam perspektif *Black Box*.

B. Implikasi Penelitian

Berikut implikasi penelitian yang disusun per poin sesuai hasil pengujian hipotesis terbaru, dengan memperhatikan bahwa Budaya (Bd) berpengaruh negatif, sedangkan lima variabel lainnya berpengaruh positif terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ (M).

1. Pengaruh Budaya terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa kuatnya budaya filantropi masyarakat belum tentu meningkatkan preferensi terhadap OPZ, karena kebiasaan menyalurkan ZIS secara langsung kepada mustahik, keluarga, tetangga, maupun lingkungan sekitar masih menjadi bagian dari praktik sosial masyarakat. Implikasinya, OPZ perlu

mengembangkan pendekatan yang tidak berseberangan dengan budaya tersebut, tetapi mengintegrasikannya ke dalam pengelolaan zakat kelembagaan melalui kerja sama dengan masjid, pesantren, tokoh agama, komunitas, dan lembaga kemasyarakatan. OPZ juga perlu memperkuat edukasi mengenai manfaat kelembagaan zakat dalam memastikan ketepatan sasaran, pendataan mustahik, pemberdayaan ekonomi, dan keberlanjutan program.

2. Pengaruh Personal terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri masyarakat menjadi bagian dari pertimbangan individual dalam menentukan preferensi penyaluran ZIS. Implikasinya, OPZ perlu mengembangkan layanan dan program yang lebih sesuai dengan karakteristik muzaki, termasuk menyediakan pilihan pembayaran yang fleksibel, program ZIS berdasarkan kemampuan dan preferensi individu, serta komunikasi yang mampu menunjukkan keterkaitan antara penyaluran ZIS dengan nilai dan kebutuhan pribadi muzaki.

3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik informasi, edukasi, kampanye, publikasi program, hubungan masyarakat, dan komunikasi digital yang dilakukan OPZ, semakin besar

kecenderungan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui lembaga. Implikasinya, OPZ perlu mengoptimalkan strategi promosi secara terpadu dengan memanfaatkan media sosial, media digital, komunitas, masjid, dan berbagai saluran komunikasi lainnya. Materi promosi juga perlu diarahkan tidak hanya pada ajakan membayar ZIS, tetapi memberikan informasi konkret mengenai dampak penyaluran dana, keberhasilan pemberdayaan mustahik, serta transparansi pengelolaan dana.

4. Pengaruh Psikologis terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Psikologis merupakan variabel yang memberikan pengaruh positif paling kuat terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap masyarakat memiliki peranan penting dalam membentuk kecenderungan menggunakan OPZ sebagai saluran penyaluran ZIS. Implikasinya, OPZ perlu memprioritaskan strategi yang mampu membangun persepsi dan keyakinan positif masyarakat melalui edukasi ZIS yang berkelanjutan, informasi yang mudah dipahami, publikasi keberhasilan program, penyampaian testimoni muzaki dan mustahik, serta peningkatan kredibilitas lembaga. Upaya tersebut dapat memperkuat keyakinan masyarakat bahwa penyaluran melalui OPZ memberikan manfaat yang nyata dan terukur.

5. Pengaruh Sosial terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, teman, komunitas, tokoh agama, dan kelompok sosial dapat membentuk preferensi masyarakat dalam menentukan saluran pembayaran ZIS. Implikasinya, OPZ perlu memperkuat strategi berbasis komunitas dengan melibatkan tokoh agama, pengurus masjid, pesantren, lembaga pendidikan, organisasi kemasyarakatan, serta komunitas lokal sebagai mitra penghimpunan dan edukasi ZIS. Pendekatan tersebut dapat menciptakan pengaruh sosial yang lebih kuat sekaligus memperluas jangkauan OPZ di tengah masyarakat.

6. Pengaruh Transparansi terhadap Minat Menunaikan ZIS melalui OPZ

Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui OPZ. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan, kejelasan, dan akurasi informasi mengenai pengelolaan dana ZIS dapat meningkatkan kecenderungan masyarakat menggunakan OPZ sebagai saluran pembayaran. Implikasinya, OPZ perlu meningkatkan kualitas tata kelola informasi dengan menyediakan laporan penghimpunan dan penyaluran dana secara terbuka, mudah diakses, mudah dipahami, serta diperbarui secara berkala. Transparansi juga perlu diperkuat melalui publikasi program pemberdayaan mustahik dan penyajian dampak penggunaan dana secara konkret agar masyarakat memperoleh gambaran yang jelas mengenai manfaat ZIS yang mereka salurkan.

Secara keseluruhan, implikasi penelitian menunjukkan bahwa peningkatan minat menunaikan ZIS melalui OPZ memerlukan pendekatan yang bersifat multidimensional. OPZ tidak cukup hanya memperkuat promosi dan layanan penghimpunan, tetapi perlu membangun kepercayaan melalui transparansi, memahami karakteristik personal dan psikologis muzaki, memanfaatkan pengaruh lingkungan sosial, serta mengadaptasi strategi kelembagaan dengan budaya filantropi yang telah berkembang di masyarakat. Temuan mengenai pengaruh budaya yang negatif juga menunjukkan perlunya transformasi pola penyaluran ZIS secara bertahap, bukan dengan menghilangkan budaya filantropi masyarakat, melainkan mengarahkannya agar dapat memberikan dampak pemberdayaan yang lebih luas melalui tata kelola OPZ.

C. Keterbatasan dan Rekomendasi

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan kaidah ilmiah, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian.

Pertama, penelitian ini hanya melibatkan responden muslim di wilayah eks-Karesidenan Kedu, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya merepresentasikan karakteristik masyarakat muslim di Indonesia. Perbedaan kondisi sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi di berbagai daerah berpotensi menghasilkan temuan yang berbeda. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah hingga tingkat provinsi atau nasional agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih baik.

Kedua, teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, sehingga responden dipilih berdasarkan kriteria penelitian sekaligus kemudahan akses. Kondisi ini menyebabkan sampel belum tentu mewakili seluruh populasi masyarakat muslim di wilayah eks-Karesidenan Kedu. Temuan penelitian lebih tepat diinterpretasikan sebagai gambaran hubungan antarvariabel pada responden yang memenuhi kriteria penelitian dan tidak dapat digeneralisasikan secara statistik kepada seluruh populasi.

Ketiga, model penelitian hanya menguji pengaruh promosi, transparansi, budaya, dan sosial terhadap minat menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui faktor personal dan psikologis. Minat masyarakat masih berpotensi dipengaruhi oleh variabel lain, seperti religiusitas, kepercayaan, kualitas layanan, kemudahan layanan digital, citra lembaga, kepuasan muzakki, maupun kebijakan pemerintah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model dengan memasukkan variabel-variabel tersebut sehingga mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menunaikan ZIS melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).

REFERENSI

- Abdullah, Z., Mohd Sharif, M. H., Saad, R. A. J., Mohd Ariff, A. H., Md Hussain, M. H., & Mohd Nasir, M. H. (2023). Zakat institutions' adoption of social media. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1261–1280. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0013>
- Abror, A., & Hudayati, A. (2020). The effect of distributive justice on intention to pay zakat through zakat institutions using affective and cognitive trust as intervening variables Arsyad. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(1), 24–33. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol6.iss1.art3>
- Abu-Tapanjeh, A. M. (2009). Corporate governance from the Islamic perspective: A comparative analysis with OECD principles. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(5), 556–567. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2007.12.004>
- Adilla, N., Nasution, Y. S. J., & Sugianto, S. (2021). The Influence of Religiosity and Income on Zakat Awareness and Interest in Paying Zakat. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 4(1), 62–76. <https://doi.org/10.31538/ijse.v4i1.1387>
- Ahimsa, E. A., Sudarsono, H., Abdul Ghoni, M., & Affandi, M. T. (2023). Understanding Muzaki Adoption of Digital Zakat Payments in Indonesia. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 2(2), 182–193. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol2.iss2.art7>
- Ahmad, H., Zen, M., & Shabri, N. A. (2025). Strategy Promotion Through Instagram National Aid Foundation (BAZIS) DKI Jakarta in Increasing Zakat Fundraising. *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.21580/mz.v5i1.24984>
- Al-Shamali, S., & AlMutairi, S. (2023). Determinants of Zakat donor behavior in a Gulf state. *Journal of Islamic Marketing*, 14(11), 2821–2844. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2021-0113>
- Aligarh, F., Nugroho, A., Raharja, B. S., Pratama, B. C., & Wirayuda, A. W. (2020). Do Individual Factors, Religiosity Factors, and Demographic Factors Predict Intention to Pay Zakat? *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 5(1), 151–165. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v5n1.p151-165>
- Alimusa, L. O., Herianingrum, S., Adirestuty, F., & Hakim, A.-A. A. A. (2025). Determinants of Zakat compliance behaviour and future direction: a systematic literature review. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2024-0416>
- AlShamali, S., & AlMutairi, S. (2023). Determinants of Zakat donor behavior in a Gulf state. *Journal of Islamic Marketing*, 14(11), 2821–2844. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2021-0113>

- Amar, F., Purwoko, B., & Sihite, M. (2024). Unlocking success: factors influencing zakat collection and reputation at Indonesian zakat institution. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 14(1), 145–176. <https://doi.org/10.18326/ijims.v14i1.145-176>
- Andriansyah, Y. (2024). Factors Motivating Muslims to Pay Zakat: A Narrative Review Based on the Scopus Database. *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy*, 2(2), 51–70. <https://doi.org/10.62265/jcaip.v2i2.82>
- Annahl, M. A. F., Al Anshory, A. C., & Aulia, M. (2021). Why Do Muzaki Pay Zakat Through Institutions? the Theory of Planned Behaviour Application. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(1), 203–226. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i0.1313>
- Ardini, Y., & Asrori, A. (2020). Kepercayaan Muzakki Pada Organisasi Pengelola Zakat: Studi Empiris Tentang Pengaruh Mediasi Akuntabilitas dan Transparansi. *Journal Economics Education Analysis*, 9(1).
- Arham, M. (2010). Islamic Perspectives on Marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 1((2)), 148–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17590831011055888>
- Arie, B., & Shah, S. A. A. (2025). Incorporating sustainability into Islamic marketing: proposing a framework of sustainable Islamic marketing. *Ournal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2023-0280>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(7), 191–215.
- BAZNAS. (2026). *LAPORAN PENGELOLAAN ZAKAT NASIONA AKHIR TAHUN 2025*.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Bovens, M. (2007). Analysing and assessing accountability: A conceptual framework1. *European Law Journal*, 13(4), 447–468. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0386.2007.00378.x>
- BPS Jawa Tengah. (n.d.). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Jawa Tengah, 2020*. www.jateng.bps.go.id/. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjI0OSMx/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-jawa-tengah-2020.html>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>

- Clifford, G. (1960). *The Religion of Java*. THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS.
- Dharma, L. T., Qudus, N., Nirwana, S., & Putri, A. K. (2023). *Behavioral Intention of Gen Z Muslims Toward the Decision to Use Digital Payment Technology and In the Payment of Zakat Infaq Alms*. August, 9–10.
- Durkheim, É. (1984). *The Division of Labor in Society*. Free Press.
- Durohman, H., Andrian Sutisna, F., Yuka Anugrah, M., & Baharuddin, A. Z. (2024). Socio-Economic Determinants of Individual Muslim Zakat Payment Behavior in Indonesia: Analysis of Indonesia Family Life Survey (IFLS) Dataset. *Journal of Islamic Economic Laws*, 7(01), 86–106. <https://doi.org/10.23917/jisel.v7i01.3362>
- Ekawaty, M. (2017). UNDERSTANDING BEHAVIOR IN THE SELECTION OF ZAKAT METHODS : AN ANALYSIS OF MUZAKKI IN MALANG CITY , INDONESIA. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 7(2), 113–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2017.007.02.1>
- Evriyenni, E., Fahlevi, H., Indriani, M., & Yusuf, M. Y. (2025). Exploring Factors Influencing Zakat Compliance in Aceh: The Role of Institutional Trust and Religious Commitment. *JURNAL ILMIAH PEURADEUN*, 13(2), 1123–1152. <https://doi.org/https://doi.org/10.26811/peuradeun.v13i2.1478>
- Fajriyah, A. N., & Rahmayati, A. (2023). ZAKAH OF AGRICULTURE: FACTORS INFLUENCING FARMERS' BEHAVIORAL INTENTION TO PAY. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(2).
- Febriana, I., Fahmi, I., & Santoso, M. H. (2022). How National Zakat Board of Republic Indonesia (BAZNAS) Could Raise Zakat Funds : Riau Province Evidence. *AL-MUZARA'AH*, 2022(1), 47–57. <https://doi.org/10.29244/jam.10.1.47-57>
- 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. (2024). Zakat Compliance and Economic Well-Being in Indonesia. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.61194/ijis.v2i1.126>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Kesepuluh). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giving, I. (2024). *WORLD GIVING INDEX 2024 GLOBAL TRENDS IN GENEROSITY*.
- Hafidduddin, D. (2002). *Zakat Dalam Perekonomian Moderen* (I. Kelana (ed.); Cet.

1). Gema Insani.

Hafidhuddin, D. (1998). *Panduan Praktis Tentang Zakat Infak Sedekah*. Gema Insani.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook* (pp. 139–153). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.

Hakim, M. R., Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2022). Factors Affecting Muzakki's Decision In Choosing to Pay Zakat At Amil Zakat Institution. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 1(2), 57. <https://doi.org/10.31332/robust.v1i2.3610>

Hakimi, F., Widiastuti, T., Ubaidillah, M., & Husanaa, R. Al. (2021). *Positive Effect of Attitude , Peer Influence , and Knowledge Zakat on Zakat Compliance Behavior : Update in Covid 19*. 4(2), 1–16.

Hamdani, L., Sunarsih, S., Yusfiarto, R., Rizal, A., & Khoirunnisa, A. N. (2024a). Social media, trust and intention to pay zakat through institution: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Marketing*, 15(9), 2399–2418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2023-0016>

Hamdani, L., Sunarsih, S., Yusfiarto, R., Rizal, A., & Khoirunnisa, A. N. (2024b). Social media, trust and intention to pay zakat through institution: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Marketing*, 15(19), 2399–2418. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2023-0016>

Harahap, E. Y., Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan Kesadaran Terhadap Keputusan Membayar Zakat Pertanian (Studi Pada Petani di Kecamatan Dolok Kabupaten Padang Lawas Utara). *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 341–349.

Hasiara, L. O., Mersa, N. A., & Diah, A. M. (2019). The effect of good corporate governance in accounting on muzakki satisfaction at amil zakat institution (Laz dpu) of east kalimantan,samarinda branch-Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(7), 831–838.

Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012). The Analysis of Attitudes , Subjective Norms , and Behavioral Control on Muzakki ' s Intention to Pay Zakah. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 271–279.

IAI. (2024). *SAK Indonesia Update*. https://web.iaiglobal.or.id/Berita-IAI/detail/sak_indonesia_update_-

_psak_berlaku_efektif_2024_dan_setelahnya#gsc.tab=0&gsc.sort=

- Inayati, I. N. (2024). Islamic Education Philanthropy : Ideology and Mission of Pesantren. *SYAIKHUNA: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam STAI Syichona Moh. Cholil Bangkalan*, 15(01), 95–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.62730/syaikhuna.v15i1.7376>
- Indarningsih, N. A., Ma'wa, M. A. F., & Waliyuddinsyah, M. N. (2023). Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology: Millennial generation perspective. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 2(1), 13–28. <https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss1.art2>
- Irianto, H., & Handayani, S. M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup , Kelas Sosial , Pendapatan dan Karakter Kepribadian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Tradisional UMKM pada Generasi Millenial. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 0672(c), 136–141.
- Irwansyah, M. G., & Retnowati, T. (2023). The Principle of Accountability of Zakat Institutions In Management and Its Application In Amil Zakat Baitul Maal Hidayatullah Institution. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(1), 246–254. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i1.730>
- Ismail, A. S., & Dkk. (2018). Fikih Zakat Kontekstual Indonesia. In *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*.
- Jamaludin, H., Zhang, H., Syed Salleh, S. N., & Lacheheb, Z. (2025). Trust as the engine of change: a conceptual model for trust building in zakat institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2024-0099>
- Kailani, N., & Slama, M. (2020). Accelerating Islamic charities in Indonesia: zakat, sedekah and the immediacy of social media. *South East Asia Research*, 28(1), 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>
- Kamal, S., Berakon, I., Hamid, A., & Muttaqin, Z. (2024). How do muzakki pay professional zakat? (the qualitative inquiries using the Bloom model). *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 866–885. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0046>
- Karimah, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Profesi Pada Baznas Kabupaten Tapin. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 10(03), 293. <https://doi.org/10.35450/jip.v10i03.319>
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the Intention To Pay Zakat Online: the Case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664>
- Kasus, S., Badan, P., Zakat, A., Baznas, N., Asahan, K., Halijah, N., & Tambunan, K. (2022). *Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Zakat*

- Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat Pada Era Pandemi Covid-19*. 10(3). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1513>
- Khoiriyah, F. R., & Hidayat, M. F. (2025). Zakat Fundraising in Indonesia: Continuity , Legal Framework , and Digital Transformation. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 17(2), 235–260.
- Khumairoh, D., & Rahman, T. (2024). Analisis Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Yayasan Dana Sosial. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(4), 617–626. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i4.5002>
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Person Education Limited* (Seventeenth). Pearson. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14 th, Vol. 14th, p. 658). Pearson Education Limited.
- Likert, R. (1932). A Technique For The Measurment of Attitudes. *Archivers of Psychology*, 140, 1–55.
- Martanti, D., Imani, C., & Yogyakarta, U. N. (2011). *THE INFLUENCE OF FAMILY ECONOMIC CONDITIONS , ZAKAT AWARENESS , AND REFERENCE GROUPS ON THE INTEREST IN*.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258792>
- Midisen, K., & Achmad, L. I. (2024). *Analisis Penerapan Maqashid Syariah Dalam Pemberdayaan Dana Zakat Bagi Masyarakat Terdampak Pandemi*. 10(01), 370–378.
- Muhamad, Mansyur Addury, M., & Irwan Sunardi, D. (2023). Pengaruh Transparansi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat di Yogyakarta Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *IBSE Economic Journal*, 2(1), 33–41. <https://doi.org/10.62708/ibseej.v2i1.25>
- Muid, D., & Abdurrabbi, T. H. (2025). The role of social disparity , religiosity , and technology adoption in shaping infaq intention in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*, 7(2), 173–192. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2025.7.2.28907>
- Munandar, S. A. (2020). Gerakan Sosial dan Filantropi Tarekat Qadiriyyah wa Naqsyabandiyah di Indonesia Siswoyo. *Nuansa Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Kegamaan Islam*, 17(2). <https://doi.org/10.23971/jsam.v16i1.1833>

- Napitupulu, R. M. (2024). Socio-demographic correlation to zakat participation during the Covid-19 pandemic in Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 5(2), 93–103. <https://doi.org/10.18326/ijier.v5i2.9284>
- Nur, H., Taat, M. S., & Anwar, S. (2020). Almsgiving Behavior of Muslim COMMUNITIES in Indonesia And Malaysia: A Comparative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.15408/aiq.v12i1.14693>
- Piliyanti, I. (2023). Implementing Maqāṣid Syarī'ah on Social Innovation For Sustainable Zakat Management Organization in Indonesia. *Journal of Social and Islamic Culture*, 31 (1), 109–130. <https://doi.org/10.19105/karsa.v31i1.12554>
- Puskas BAZNAS. (2022). Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten, dan Kota Tahun 2022 Regional Jawa. In *Center of Strategic Studies of BAZNAS* (Issue July). https://www.researchgate.net/profile/Gustani-Mak/publication/343039557_Indikator_Pemetaan_Potensi_Zakat_IPPZ/links/5f126f54299bf1e548c0c248/Indikator-Pemetaan-Potensi-Zakat-IPPZ.pdf
- Qardawi, Y. (1996). *Hukum Zakat*. Pustaka Lentera AntarNusa.
- Rafi, A., & Muthoifin. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Amil Zakat Terhadap Ketaatan Membayar Zakat Maal*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rizkia, R., Arfan, M., & Shabri, M. (2018). Tentang Zakat Terhadap Keputusan Muzakki untuk Membayar Zakat Maal (Studi Para Muzakki di Kota Sabang). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1(1).
- Saad, R. A. J., & Farouk, A. U. (2019). A comprehensive review of barriers to a functional Zakat system in Nigeria. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(1), 24–42. <https://doi.org/10.1108/IJOES-06-2018-0090>
- Samiono, B. E. (2018). *PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN DAN ONLINE STORE ENVIRONMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE MODEL BISNIS C2C*. January, 27–36.
- Satt, H., Dassouli, S., Dalil, S., & Katona, S. (2025). Zakat compliance behavior: case of small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, 16(11), 3293–3319. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2023-0138>
- Schnackenberg, A. K., & Tomlinson, E. C. (2016). Organizational Transparency. *Journal of Management*, 42(7), 1784–1810. <https://doi.org/10.1177/0149206314525202>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>

- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Srilupita, A., Novia, A., & Toni, H. (2024). Pengaruh Transparansi Zakat, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Terhadap Loyalitas Muzaki dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2176–2190. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13749>
- Sudarsono, H., Nugrohowati, R. N. I., & Tumewang, Y. K. (2021). The Effect of Zakat Institution System and Government Support on Intention to Pay Zakat: Knowledge as A Moderating Variable. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v9i2.11605>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sunarsih, S., Hamdani, L., Rizal, A., & Yusfiarto, R. (2023). Motivational factors to paying zakat through institutions: a multigroup analysis of urban and suburban muzakki based on digital payment scheme. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2022-0333>
- Susilowati, F. D., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2023). Unveiling Zakat Decision : Exploring the Role of Religiosity , Moral Reasoning , Peer Influence , and System Fairness in Shaping Institutional Trust and Customer Zakat Intentions. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 10(2), 237–246. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v10i2.25455>
- Syarhoni, O. (2020). *Fiqh Zakat Kontemporer* (Ed. 1, Cet). Rajawali Pers.
- Syauqi, M., Anshori, M., & Mawardi, I. (2022). Motivation to Paying Zakat: The Role of Religiosity, Zakat Literacy, and Government Regulations. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 6(2), 276–294. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p276-294>
- Tajuddin, T. S. (2023). Trust in Zakat Authorities and Zakat Compliance: a Conceptual Analysis. *International Journal of Mosque, Zakat And Waqaf Management (Al-Mimbar)*, 3(2), 115–128. <https://doi.org/10.53840/almimbar.v3i2.82>
- Utomo, S. B., Sekaryuni, R., Widarjono, A., Tohirin, A., & Sudarsono, H. (2020). Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 992–1011. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0259>
- Webber, M. (1978). *Economy And Society An Outline of Interpretive Sociology*. University Of California.
- Widjaja, M. Y. A., Diniyah, F., & Fitriana, A. (2024). TRANSPARANSI DAN

TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPERCAYAAN MEMBAYAR
ZAKAT PADA MUZAKKI GENERASI Z DI ERA SOCIETY 5.0. *Jurnal
Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7(November).

- Wijayanti, R. (2024). Pengaruh Sosialisasi Dan Kepercayaan Terhadap Minat MuzakkiMembayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bangka Tengah. *Ejesh*, 2(2), 155–165. <https://doi.org/10.32923/ejesh.v2i2.4851>
- Yarham, M., & Siregar, S. P. (2021). Persepsi Masyarakat dalam Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Pasaman Barat. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(1), 93–110. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i1.3823>
- Yerrou, H., Achmaoui, A., & Bezoui, O. (2023). The determinants of institutionalization of Zakāt: the case of Morocco. *Islamic Economic Studies*, 31(1/2), 22–42. <https://doi.org/10.1108/ies-01-2023-0003>
- Zakiy, F. S., Falikhatun, F., & Fauziah, N. N. (2023). Sharia governance and organizational performance in zakat management organization: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(6), 1034–1057. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2023-0188>
- Zuhaylī, W. (2010). *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Gema Insani Pres. https://archive.org/details/terjemah-fiqih-islam-wa-adillatuhu-mktbhazzaen/Terjemah_Fiqih_Islam_Wa_Adillatuhu_3/page/n161/mode/2up?view=theater

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA