



Pendapatan, Religiusitas dan Trust: Efektivitasnya Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA)

Syihabudin*, Najmudin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Jalan Raya Palka KM 3, Pabuaran, Sindangsari, Banten, Indonesia

Email: ¹*syihabudin@untirta.ac.id, ²najmudin@untirta.ac.id,8

Email Penulis Korespondensi: syihabudin@untirta.ac.id

Submitted: 16/05/2022; Accepted: 21/05/2022; Published: 30/05/2022

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1). Pengaruh pendapatan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA. (2). Pengaruh Religiusitas terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA. (3). Pengaruh *trust* terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Dan (4). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan *trust* terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Objek penelitian ini adalah para karyawan yang bekerja pada industri di Kawasan Industri Halal Cikande. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Data dianalisis dengan menggunakan metode regresi linear berganda melalui program SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1). Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA. (2). Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA. (3). *Trust* berpengaruh terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. (4). Pendapatan, religiusitas dan *trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA. Jumlah kontribusi pengaruh pendapatan, religiusitas dan *trust* terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA sebesar 53.9 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Minat; Zakat Profesi; Pendapatan; Religiusitas.

Abstract—This study aims to determine (1). Effect of income on interest in paying professional zakat at LAZ HARFA. (2). The influence of religiosity on interest in paying professional zakat at LAZ HARFA. (3) The effect of trust on interest in paying zakat at LAZ HARFA. and (4). The effect of income, religiosity and trust on interest in paying zakat at LAZ HARFA. The object of this research is the employees who work in the industry in the Cikande Halal Industrial Estate. The research method used is a quantitative method. Data collection techniques using a questionnaire. The data were analyzed using multiple linear regression method through SPSS version 23 program. The results of this study indicate that (1). Income has a positive and significant effect on interest in paying professional zakat at LAZ HARFA. (2). Religiosity has a significant effect on the interest in paying professional zakat at LAZ HARFA. (3). Trust has an effect on interest in paying zakat at LAZ HARFA. (4). Income, religiosity and trust simultaneously have a positive and significant effect on interest in paying professional zakat at LAZ HARFA. The total contribution of income, religiosity and trust to interest in paying professional zakat at LAZ HARFA is 53.9 percent, while the rest is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Interests; Professional Zakat; Income; Religiosity.

1. PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia pada September 2020 mencapai jumlah 270,20 juta jiwa. Sejak Indonesia menyelenggarakan Sensus Penduduk yang pertama pada tahun 1961, jumlah penduduk terus mengalami peningkatan. Hasil sensus penduduk tahun 2020 dibandingkan dengan sensus penduduk tahun 2010 memperlihatkan penambahan jumlah penduduk sebanyak 32,56 juta jiwa atau rata-rata sebanyak 3,26 juta setiap tahun ([BPS] Badan Pusat Statistik, 2021). Berdasarkan data World Population Review jumlah penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 229 juta jiwa atau 87,2 % dari total penduduk Indonesia (Barus, 2021). Banyaknya penduduk muslim di Indonesia segaris dengan banyaknya jumlah potensi perolehan zakat yang mencapai 327,6 trilyun (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2020), dengan rincian seperti yang ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Potensi Zakat di Indonesia

No	Objek Zakat	Potensi Zakat
1	Zakat Pertanian	19,79
2	Zakat Peternakan	9,51
3	Zakat Uang	58,76
4	Zakat Penghasilan	139,07
5	Zakat Perusahaan	144,5
Total Potensi Zakat		327,6

Data pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dari total potensi zakat berjumlah 327,6 Triliyun, jumlah tersebut diambil dari 5 objek zakat (pertanian, Peternakan, Uang, Penghasilan dan Jasa serta Perusahaan), dari 5 potensi zakat tersebut potensi zakat penghasilan (139,07 T) menduduki posisi terbesar kedua setelah zakat perusahaan (144,5 T). Potensi zakat tersebut akan terus bertambah seiring banyaknya pegawai di perusahaan BUMN, swasta dan pegawai



negeri sipil. Jumlah BUMN sebanyak 144 unit, PNS mencapai 4 juta jiwa dan jutaan karyawan di perusahaan swasta (Nurhasanah, 2018). Sedangkan pengumpulan ril zakat di skala nasional masih jauh dari jumlah potensi zakat di atas, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Pengumpulan Zakat Nasional

No	Jenis Dana	2018	%	2019	%
1	Zakat Mal-Penghasilan	3.302.249.700.640	40,68	3.951.113.706.297	38,6
2	Zakat Mal-Badan	492.422.843.634	6,07	306.737.147.482	3
3	Zakat Fitrah	1.112.605.640.958	13,71	1.406.144.490.186	13,7
4	Infak/Sedekah Terikat	963.154.055.758	11,87	712.309.604.322	7
	Infak/Sedekah Tidak Terikat	1.439.878.355.805	17,74	2.582.142.106.259	25,2
5	CSR	114.347.788.466	1,41	96.395.440.616	0,9
	Dana Sosial Keagamaan Lainnya	692.939.298.007	8,54	1.173.101.311.393	11,5
		8.117.597.683.267	100	10.227.943.806.555	100

Data pada tabel 2 di atas menunjukkan pada tahun 2018, jumlah pengumpulan zakat mencapai 8,117 trilyun dan meningkat 2,1 trilyun pada tahun 2019. Pengumpulan zakat pada tahun 2019 mencapai angka 10,227 trilyun. Tetapi jumlah zakat yang telah diperoleh pada tahun 2019 masih jauh dibandingkan dengan jumlah potensi zakat pada tahun yang sama sebesar 327,6 trilyun. Perolehan zakat Mal (Penghasilan) pada tahun 2018 hanya mencapai 3,302 trilyun, meningkat pada tahun 2019 sebesar 3,951 trilyun, masih jauh dari jumlah potensi zakat penghasilan tahun 2019 yang mencapai 139,07 trilyun.

Ketimpangan antara potensi dan realisasi zakat sudah terjadi berlangsung lama, realisasi pengumpulan zakat sebesar 0.06% terjadi pada tahun 2011, 0.068% pada tahun 2012, 0.075% pada tahun 2013, 0.089% pada tahun 2014, dan 0,09% pada tahun 2015 (Setiawan, 2019), 1 % pada tahun 2016, 2017 dan tahun 2018 (Pertiwi, 2020). (Canggih et al., 2017) menyatakan bahwa selama periode 2011-2015 terjadi gap yang sangat lebar antara potensi dan realisasi zakat. Penerimaan zakat hanya menyerap sekitar 1% dari total proyeksi pada tahun yang sama. Dengan penerimaan dana zakat yang hanya 1% tersebut dan terjadinya kesenjangan yang besar dapat diperkirakan bahwa jumlah orang yang membayar zakat juga sedikit. Siswanto dan Nurhayati (2012) dan Mukhlis dan Beik (2013) dalam (Setiawan, 2019) menyebutkan bahwa mayoritas penduduk Muslim di Indonesia masih enggan dan kurang termotivasi untuk membayar zakat, terutama zakat maal, sementara Sebagian yang lain berpandangan bahwa harta yang mereka dapatkan adalah hasil jerih payah mereka sendiri, sehingga mereka tidak perlu membayar zakat (Kartika, 2020). Upaya pengumpulan zakat secara legal formal dilakukan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)

Menurut undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, di Indonesia terdapat dua Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang berwenang untuk mengoptimalkan pengumpulan dana zakat, yaitu organisasi yang dikelola oleh swasta, dan organisasi yang dikelola oleh Pemerintah. Organisasi bentukan pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian zakat yaitu Badan Amil Zakat dari tingkat Nasional (BAZNAS) sampai tingkat kabupaten/kota, Sedangkan organisasi bentukan masyarakat adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang telah mendapatkan legalitas dari Pemerintah dalam melakukan pengelolaan dana zakat (Nur & Zulfahmi, 2018). Berikut ini ditampilkan perkembangan jumlah Organisasi Pengelola Zakat (OPZ):

Tabel 3. Jumlah Organisasi Pengelola Zakat 2018-2019

OPZ	Tahun 2018	Tahun 2019
BAZNAS	1 OPZ	1 OPZ
BAZNAS Provinsi	34 OPZ	34 OPZ
BAZNAS Kabupaten/Kota	514 OPZ	456 OPZ
LAZ Nasional	23 OPZ	26 OPZ
LAZ Provinsi	12 OPZ	18 OPZ
LAZ Kabupaten/Kota	33 OPZ	37 OPZ
Jumlah	617 OPZ	572 OPZ

Data pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) pada tahun 2018 berjumlah 617 OPZ, sedangkan pada tahun 2019 berjumlah 572 OPZ, terjadi penurunan jumlah OPZ pada tahun 2019 berjumlah 45 OPZ. Lembaga Amil Zakat (LAZ) Provinsi pada tahun 2018 berjumlah 12 OPZ, meningkat 6 OPZ pada tahun 2019 berjumlah 18 OPZ. Salah satu Lembaga Amil Zakat (LAZ) Provinsi adalah Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA). merupakan Lembaga yang dikelola oleh swasta di tingkat provinsi, tepatnya di Provinsi Banten. Terhitung sampai bulan November 2020, LAZ HARFA telah menghimpun dana ZIS mencapai Rp 14.466.130.839,45 dengan total penerima manfaatnya mencapai 224.675 Jiwa (Alamsyah, 2020)

Penelitian ini pernah dilakukan oleh (Kartika, 2020), (Rosalinda et al., 2021), (Setiawan, 2017), (Azman & Bidin, 2015), (Mulyana et al., 2019), (Rakhmania, 2018), (Nurkholis & Jayanto, 2020) dan (Hamzah & Kurniawan, 2020). Hasil penelitian (Kartika, 2020) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap



minat membayar zakat di BAZNAS Salatiga, hasil penelitian (Pertiwi, 2020) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS. Hasil penelitian (Rakhmania, 2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang. Hasil penelitian (Rosalinda et al., 2021) menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi UMKM untuk membayar zakat komersial di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.

Hasil penelitian (Setiawan, 2017) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi kepada Lembaga Zakat di Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian (Azman & Bidin, 2015) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat para karyawan Universiti Utara Malaya dalam membayar zakat. Hasil penelitian (Mulyana et al., 2019) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Hasil penelitian (Rakhmania, 2018) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang. Hasil penelitian (Nurkholis & Jayanto, 2020) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat

Hasil penelitian (Hamzah & Kurniawan, 2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi. Hasil penelitian (Rakhmania, 2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang. Hasil penelitian (Rosalinda et al., 2021) menyatakan bahwa Kepercayaan mempengaruhi UMKM untuk membayar zakat komersial di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.

Pendapatan menurut Qardawi (1991) dalam (Kartika, 2020) adalah tambahan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat tetap. Pendapatan pada dasarnya merupakan timbal balik yang diterima pemilik faktor produksi atas hasil kerjanya dalam proses produksi. Masing-masing faktor produksi akan memperoleh balas jasa berupa gaji atau upah dan profesional yang memiliki keahlian tertentu akan memperoleh balas jasa dalam bentuk laba. Pendapatan menurut (Nur & Zulfahmi, 2018) adalah keuntungan yang bersifat materi ataupun non materi yang diperoleh melalui usaha tertentu. Sementara menurut Sukirno (2006) dalam (Antari & Utama, 2019) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Case dan Fair (2007) seperti yang dikutip (Iskandar, 2017) pendapatan seseorang pada dasarnya berasal dari tiga macam sumber, yaitu (1) berasal dari gaji atau upah yang diterima sebagai imbalan tenaga kerja, (2) berasal dari hak milik yaitu modal, tanah dan sebagainya, dan (3) berasal dari pemerintah. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif (*Productive service*) yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif (Christoper et al., 2017). Indikator yang digunakan untuk mengukur pendapatan adalah (1) Modal, modal tidak hanya berbentuk finansial, tetapi juga bisa berbentuk kualifikasi pendidikan dan keterampilan, (2) Lama Bekerja, (3) Jumlah Tenaga Kerja, (4) Tingkat Pendidikan dan (5) Lokasi.

Agama terdiri dari dimensi internal dan eksternal. Secara internal, seseorang dapat memiliki identitas keagamaan untuk pengembangan sikap, nilai, dan keyakinan agama. Secara eksternal, agama dinyatakan dengan afiliasi agama, layanan ibadah, dan keanggotaan dalam komunitas beragama atau sekedar menghadiri acara keagamaan (Basri & Kurniawati, 2019). Menurut Jalaludin, (2010) seperti yang dikutip (Najmudin & Syihabudin, 2022) religiusitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Di samping itu, Religiusitas dapat juga dikatakan sebagai perwujudan ketaatan beragama dalam keyakinan, pola pikir dan perilaku seseorang dalam mengamalkan rukun Islam yang ketiga (Setiawan, 2017). Orang-orang dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi secara signifikan lebih mungkin merasakan hubungan yang lebih besar dengan alam semesta daripada rekan-rekan mereka dengan tingkat religiusitas yang lebih rendah (Anggraini & Dewanti, 2020). Menurut (Ma'zumi et al., 2017) seperti yang dikutip (Najmudin & Syihabudin, 2022) mengemukakan bahwa Religiusitas dapat diukur dengan lima indikator, yaitu (1) Keyakinan ideologis, (2) Praktik keagamaan, (3) Pengalaman religious, (4) Pengetahuan agama, dan (5) konsekuensi.

Trust (Kepercayaan) menurut (Hasrina et al., 2019) adalah kemauan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat atau Baitul Mal untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Menurut Gito (2002) dalam (Nur & Zulfahmi, 2018) Kepercayaan (*thrust*) adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui katakata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunistik. Menurut McAllister (1995) dalam (Akgunduz & Cin, 2015) kepercayaan adalah yakin akan katakata, perilaku, dan keputusan, dan bersemangat untuk bertindak sesuai dengan kepercayaan tersebut. Kepercayaan diidentifikasi sebagai harapan bahwa janji individu atau kelompok dapat diandalkan (Mohajerani et al., 2015). Kepercayaan didasarkan pada sejauh mana wali amanat, yaitu Perusahaan Utilitas Energi, dianggap dapat dipercaya, dapat diandalkan, dan transparan (Shuhaiber, 2018), dengan demikian Mengetahui bagaimana kepercayaan dikembangkan dan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku konsumen online sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang sukses (Amaro & Duarte, 2016). Menurut (Hasrina et al., 2019) Indikator Trust adalah (1) *Credibility* (dapat dipercaya), (2) *Competency* (Kemampuan) dan (3) *Courtesy* (sikap moral)

Minat adalah kecenderungan untuk menyampaikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi disertai dengan perasaan cinta (Najmudin & Shihabudin, 2022). Sementara minat menurut Mappiare (2000)



dalam (Nur & Zulfahmi, 2018) adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sementara menurut Sholeh (2013) dalam (Setiawan, 2017) minat adalah dorongan internal dan eksternal yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan memenuhi kewajiban zakat. Sedangkan menurut Djaali (2012) dalam (Hamzah & Kurniawan, 2020) minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Menurut Crow dan Crow (1989) dalam (Asnaini, 2017) minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat berkaitan dengan kesadaran umat Islam yang sudah memenuhi nishab dan penyalurannya diserahkan kepada Lembaga Amil Zakat tertentu (Widyarini; Wahyu Yuliana, 2019). Menurut Lucas dan Britt dalam (Ayuningtyas & Sari, 2020) Aspek minat adalah (1) Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang, (2) Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. (3). Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri sendiri terhadap kualitas, kuantitas, daya guna, keuntungan dari produk yang akan dibeli, sedangkan menurut (Setiawan, 2017) indikator minat adalah (1) dorongan dari dalam diri individu, (2) motif sosial dan (3) faktor emosional.

Kebaruan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian (LAZ HARFA), pada tahun 2020 LAZ HARFA mendapatkan penghargaan dalam ajang BAZNAS Award 2020 pada kategori pertumbuhan pengumpulan zakat, infaq dan Shadaqoh (ZIS), peraih penghargaan tersebut menunjukkan bahwa LAZ HARFA unggul dibandingkan LAZ lain dalam bidang pengumpulan zakat pada tahun 2020. Selain itu kuesioner dibagikan hanya pada karyawan industri yang ada di Ciknde sebagai Kawasan Industri halal terbesar di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut (Arikunto, 2010) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematis. Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian (Bachtiar, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah para para karyawan yang bekerja di PT. Nikomas Gemilang, PT Abdi, PT. Abdi Caskindo Cemerlang dan PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Tbk. yang jumlahnya tidak diketahui secara persis. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Ferdinand, 2002), yang menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 80 responden, yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 16, kemudian dikalikan 5 ($16 \times 5 = 80$).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Bungin (Bungin, 2015) data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri untuk dimanfaatkan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Kuesioner menurut (Bungin, 2015) adalah metode angket atau berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim pada responden untuk diisi. Kuesioner disebarkan kepada 80 karyawan yang bekerja di PT. Nikomas Gemilang, PT Abdi, PT. Abdi Caskindo Cemerlang dan PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Tbk.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, alat analisis yang digunakan adalah program SPSS versi 23, uji yang dilakukan pertama adalah uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Selanjutnya uji reliabilitas dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setelah instrument valid dan reliabel, kemudian dilakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), kemudian setelah itu dilakukan analisis regresi linier berganda, karena terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini. Uji hipotesis yang terdiri dari uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Selanjutnya uji F untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dan uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. (Ulya & Karneli, 2018)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah para karyawan yang bekerja pada di PT. Nikomas Gemilang, PT Abdi, PT. Abdi Caskindo Cemerlang dan PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Tbk. yang berjumlah 80 orang. Peneliti mensistematiskan responden berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	31
2	Perempuan	48



No	Jenis Kelamin	Jumlah
	Jumlah Responden	80

Berdasarkan data pada tabel 4 di atas, ditunjukkan bahwa responden berjumlah 80 orang, terdiri atas laki-laki berjumlah 31 orang dan perempuan berjumlah 48 orang. Berdasarkan jenis kelamin, responden mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Tempat Bekerja

No	Tempat Bekerja	Jumlah
1	Karyawan PT. Nikomas Gemilang	31
2	Karyawan PT. Abdi Caskindo Cemerlang	21
3	Karyawan PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Tbk.	28
	Jumlah Responden	80

Berdasarkan data pada tabel 5 di atas, responden karyawan PT. Nikomas Gemilang berjumlah 31 orang, karyawan PT. Abdi Caskindo Cemerlang berjumlah 21 orang, Karyawan PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Tbk. berjumlah 28 orang. Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden berasal dari karyawan yang bekerja pada PT. Nikomas Gemilang.

3.1.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut (Ghozali, 2005) bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu item dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Faisal & Sari, 2020). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Nilai R_{Hitung}	Nilai R_{Tabel}	Kesimpulan
Variabel Pendapatan			
X _{1.1}	0.619	0.220	Valid
X _{1.2}	0.696	0.220	Valid
X _{1.3}	0.770	0.220	Valid
X _{1.4}	0.538	0.220	Valid
X _{1.5}	0.695	0.220	Valid
Variabel Religiusitas			
X _{2.1}	0.626	0.220	Valid
X _{2.2}	0.788	0.220	Valid
X _{2.3}	0.821	0.220	Valid
X _{1.4}	0.436	0.220	Valid
X _{1.5}	0.730	0.220	Valid
Variabel Trust			
X _{3.1}	0.725	0.220	Valid
X _{3.2}	0.926	0.220	Valid
X _{3.3}	0.904	0.220	Valid
Variabel Minat Membayar Zakat			
Y.1	0.864	0.220	Valid
Y.2	0.819	0.220	Valid
Y.3	0.743	0.220	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 6 di atas diketahui, nilai r_{hitung} seluruh item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} (0.220), sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner seluruhnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Ghozali (2011) dalam Faisal dan Sari (2020) dilakukan untuk menguji konsistensi pernyataan responden dari waktu ke waktu (Faisal & Sari, 2020). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha value	R Value Table	Kesimpulan
Pendapatan (X1)	0.685	0.235	Reliabel
Religiusitas (X2)	0.637	0.235	Reliabel



Variable	Cronbach's Alpha value	R Value Table	Kesimpulan
Trust (X3)	0.813	0.235	Reliabel
Minat (Y)	0.733	0.235	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 7 di atas, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha variabel pendapatan (X1) lebih besar dari r_{table} ($0.685 > 0.220$), nilai cronbach's alpha variabel religiusitas (X2) lebih besar dari r_{table} ($0.637 > 0.220$), nilai cronbach's alpha variabel trust (X3) lebih besar dari r_{table} ($0.813 > 0.220$), dan nilai cronbach's alpha variabel minat membayar zakat (Y) lebih besar dari r_{table} ($0.733 > 0.220$). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan handal.

3.1.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi mengikuti sebaran normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36241432
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.046
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 8 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov Smirnov lebih besar dari nilai alpha ($0.200 > 0.05$), sehingga dapat dikatakan residual data model berdistribusi normal atau asumsi normalitas telah terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menurut (Ghozali, 2005) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak adanya korelasi antar variabel bebas dengan melihat nilai VIF dan nilai Tolerance masing-masing variabel independent, jika nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas (Ayuwardani & Isroah, 2018). Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23, hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.444	1.367		1.057	.294	
	Pendapatan	.395	.063	.570	6.268	.000	.823
	Religiusitas	.146	.057	.228	2.565	.012	.858
	Trust	.017	.061	.023	.272	.786	.947

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($0.823 > 0.10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.216 < 10$), variabel religiusitas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($0.858 > 0.10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.165 < 10$), dan variabel trust memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($0.947 > 0.10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.058 < 10$) maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dinamakan homokedastisitas dan jika berbeda maka dinamakan heteroskedastisitas (Chairina Kusumaningrum,



2015). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Uji dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23, hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.936		1.185	.240
	Pendapatan	.026	.041	.076	.642	.523
	Religiusitas	-.049	.035	-.166	-1.403	.165
	Trust	.044	.037	.135	1.201	.234

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 10 di atas memperlihatkan bahwa nilai signifikansi variabel pendapatan lebih besar daripada nilai alpha ($0.523 > 0.05$), nilai signifikansi variabel religiusitas lebih besar daripada nilai alpha ($0.165 > 0.05$), dan nilai signifikansi variabel trust lebih besar daripada nilai alpha ($0.234 > 0.05$), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

3.1.3. Uji Koefisien Korelasi

Uji Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel pendapatan (X_1), religiusitas (X_2) dan trust (X_3) terhadap minat membayar zakat profesi (Y). Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independent. Uji koefisien korelasi dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23, Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.539	1.28679

a. Predictors: (Constant), Trust, Religiusitas, Pendapatan

Tabel 11 di atas menunjukan bahwa nilai koefisien korelasi variabel pendapatan, religiusitas dan trust terhadap minat membayar zakat profesi sebesar 0.539. nilai tersebut mengindikasikan bahwa minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA dipengaruhi oleh pendapatan, religiusitas dan trust sebesar 53.9 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.1.4. Uji Hipotesis

1. Uji t Statistik

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh parsial, digunakan uji t, yakni dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Variabel independent pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $signifikan < \alpha = 0,05$. Pengujian model regresi secara parsial adalah sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji t Statistik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.680	1.576		-1.066	.290
	Pendapatan	.402	.066	.535	6.092	.000
	Religiusitas	.133	.052	.207	2.572	.012
	Trust	.280	.113	.210	2.474	.016

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Berdasarkan hasil uji t statistik pada tabel 12 di atas diketahui bahwa nilai t hitung variabel pendapatan lebih besar dari nilai t tabel ($6.092 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$), nilai t hitung variabel religiusitas lebih besar dari nilai t tabel ($2.572 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha ($0.012 < 0.05$), dan nilai t hitung variabel trust lebih besar dari nilai t tabel ($2.474 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih



kecil dari nilai alpha ($0.016 < 0.05$). Dengan demikian, maka masing-masing dari pendapatan, religiusitas dan trust berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA.

2. Uji F Statistik

Uji F Statistik bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh simultan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai *signifikansi* $< \alpha = 0,05$ uji F statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23, hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Uji f Statistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.707	3	52.569	31.748	.000 ^b
	Residual	125.843	76	1.656		
	Total	283.550	79			

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

b. Predictors: (Constant), Trust, Religiusitas, Pendapatan

Berdasarkan hasil uji F statistik pada tabel 13 di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} variabel pendapatan, religiusitas dan trust sebesar 31.748 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.14 dan nilai alpha sebesar 0.05. bila dibandingkan, maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($31.748 > 3.12$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka pendapatan, religiusitas dan trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA.

3.2. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa nilai t hitung variabel pendapatan lebih besar dari nilai t tabel ($6.092 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Kartika, 2020) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Salatiga, hasil penelitian (Pertiwi, 2020) yang menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS, hasil penelitian (Rakhmania, 2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang, dan hasil penelitian (Rosalinda et al., 2021) menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi UMKM untuk membayar zakat komersial di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.

Nilai t hitung variabel religiusitas lebih besar dari nilai t tabel ($2.572 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha ($0.012 < 0.05$). Dengan demikian, maka religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA. Hasil penelitian ini menguatkan Hasil penelitian (Setiawan, 2017) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi kepada Lembaga Zakat di Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian (Azman & Bidin, 2015) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat para karyawan Universiti Utara Malaya dalam membayar zakat. Hasil penelitian (Mulyana et al., 2019) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Hasil penelitian (Rakhmania, 2018) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang. Dan hasil penelitian (Nurkholis & Jayanto, 2020) yang menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat

Nilai t hitung variabel trust lebih besar dari nilai t tabel ($2.474 > 1.668$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha ($0.016 < 0.05$). Dengan demikian, maka trust berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Hamzah & Kurniawan, 2020) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi. hasil penelitian (Rakhmania, 2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang, dan hasil penelitian (Rosalinda et al., 2021) yang menyatakan bahwa Kepercayaan mempengaruhi UMKM untuk membayar zakat komersial di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa hasil uji F statistik menunjukkan nilai F_{hitung} variabel pendapatan, religiusitas dan trust sebesar 31.748 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.14 dan nilai alpha sebesar 0.05. bila dibandingkan, maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($31.748 > 3.12$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka pendapatan, religiusitas dan trust secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA. Sedangkan nilai koefisien koreasi variabel pendapatan, religiusitas dan trust terhadap minat membayar zakat profesi sebesar 0.539. nilai tersebut mengindikasikan bahwa jumlah kontribusi pengaruh pendapatan, religiusitas dan trust



terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA sebesar 53.9 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA, religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA, dan *trust* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Sedangkan Pendapatan, religiusitas dan *trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Kontribusi pengaruh pendapatan, religiusitas dan *trust* terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA sebesar 53.9 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena penelitian ini terbatas pada pengujian dampak variabel pendapatan, religiusitas dan *trust* terhadap minat membayar zakat profesi, maka diharapkan para peneliti dapat mengembangkan dampak variabel dependen yang berbeda seperti teori planned behavior terhadap minat membayar zakat profesi, supaya teridentifikasi varian determinan yang memiliki dampak positif terhadap peningkatan pembayaran zakat profesi pada Lembaga Amil Zakat dan Badan Amil Zakat baik di level provinsi ataupun nasional.

REFERENCES

- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2021). Berita resmi statistik. In *Bps.Go.Id* (Issue 7). <https://papua.bps.go.id/pressrelease/2018/05/07/336/indeks-pembangunan-manusia-provinsi-papua-tahun-2017.html>
- Akgunduz, Y., & Cin, F. M. (2015). Job embeddedness as a moderator of the effect of manager trust and distributive justice on turnover intentions. *Anatolia*, 26(4), 549–562. <https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1020504>
- Alamsyah, I. E. (2020). LAZ Harfa Raih Pertumbuhan ZIS Terbaik Baznas Award 2020. <https://www.republika.co.id/berita/qld439349/laz-harfa-raih-pertumbuhan-zis-terbaik-baznas-award-2020>
- Amaro, S., & Duarte, P. (2016). Travellers' intention to purchase travel online: integrating trust and risk to the theory of planned behaviour. *Anatolia*, 27(3), 389–400. <https://doi.org/10.1080/13032917.2016.1191771>
- Anggraini, I., & Dewanti, D. S. (2020). The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.18196/jerss.040116>
- Antari, N. K. N., & Utama, M. S. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumpun Laut. *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA*, 8(1), 179–210.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Asnaini. (2017). Minat muzakki membayar zakat melalui lembaga (studi kasus di provinsi Bengkulu). *Nuansa*, X(1), 66–74.
- Ayuningtyas, R. D., & Sari, R. L. (2020). Analisis Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 45–54. <https://doi.org/10.31942/akses.v15i1.3360>
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011–2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>
- Azman, F. M. N., & Bidin, Z. (2015). Zakat Compliance Intention Behavior on Saving. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 118–128.
- Bachtar, D. I. (2018). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Gula Kelapa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 52–60.
- Barus, K. (2021). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Meningkat, PowerCommerce Asia Tangkap Peluang, Luncurkan Halal Plaza. *Industry.Co.Id*. <https://www.industry.co.id/read/65748/jumlah-penduduk-muslim-indonesia-meningkat-powercommerce-asia-tangkap-peluang-luncurkan-halal-plaza>
- Basri, Y. Z., & Kurniawati, F. (2019). Effect of Religiosity and Halal Awareness on Purchase Intention Moderated by Halal Certification. *KnE Social Sciences*, 2019, 592–607. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5403>
- Bungin, S. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Volume 2). Kencana.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Inklusi Pembayaran Zakat Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3164>
- Christopher, R., Chodijah, R., & Yunisvita. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 101. <https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.486>
- Faisal, Y., & Sari, E. G. (2020). Pengaruh Kemudahan Informasi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Bersedekah Di Masjid – Masjid Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 70–80. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.191>
- Ferdinand. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (Edisi Revi). Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Hasrina, C. D., Yusri, Y., & Sy, D. R. A. S. (2019). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v2i1.48>



- Iskandar. (2017). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin. *Samudra Ekonomika*, 1(2), 127–134.
- Jalaludin. (2010). *Psikologi Agama*. Rajawali Press.
- 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>
- Ma'zumi, Taswiyah, & Najmudin. (2017). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional. *Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam*, 34(2), 277–300.
- Mohajerani, S., Shahrekordi, S. Z., & Azarlo, M. (2015). The impact of privacy and security concerns, trust in technology and information quality on trust in e-government and intention to use e-government. *2015 9th International Conference on E-Commerce in Developing Countries: With Focus on e-Business, ECDC 2015, April*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ECDC.2015.7156332>
- Mulyana, A., Mintarti, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Serta Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Oleh Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) KALTIM Kota Balikpapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(4), 10.
- Najmudin, N., & Syihabudin, S. (2022). Religiosity and Halal Certification: Its Effect on Interest in Buying Traditional Food. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 79. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.2994>
- Najmudin, & Shihabudin. (2022). Subjective Norms and Behavioral Control: The Effectiveness on Interest in Sharia Insurance. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 39–46.
- Nur, M. M., & Zulfahmi. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Pendapatan , dan Kepercayaan , Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat. *Ekonomi Regional Unimal*, 01(3), 19–29.
- Nurhasanah, S. (2018). Maksimalisasi Potensi Zakat Melalui Peningkatan Kesadaran Masyarakat. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 185–194. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.177>
- Nurkholis, & Jayanto, P. Y. (2020). DETERMINATION of MOTIVATION Muzakki PAYING ZAK at ZAKAT MANAGEMENT Institution (Case study on MSME owners). *Journal of Applied Finance & Accounting*, 7(1), 17–28.
- Pertiwi, I. S. M. (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.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2020). *Outlook Zakat Nasional 2020*. Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia.
- Rakhmania, N. A. (2018). the Effect of Income, Religiosity, Belief, and Knowledge on Muzakki'S Preference for Giving Alms Through Alms Agency in Malang City Scientific. *Jurnal Ilmiah*, 10(2), 1–94.
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Ukm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Setiawan, F. (2017). MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Setiawan, F. (2019). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i1.1553>
- Shuhaiber, A. (2018). The role of perceived control, enjoyment, cost, sustainability and trust on intention to use smart meters: An empirical study using SEM-PLS. In *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 746). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77712-2_74
- Ulya, A. N., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(Edition II Juli – Desember), 1–14.
- Widyarini; Wahyu Yuliana. (2019). Faktor Pengaruh Minat Membayar Zakat Mal; Studi pada LAZ Baitul Mal MJK di Yogyakarta. *Az Zarka'*, 11(2), 267–313.