

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS,  
TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT  
SECARA *ONLINE***

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Akuntansi**



**Disusun Oleh:**

**Rio Bakhtiyar Oktavian**

**NIM: 31401700139**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEMARANG**

**2021**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS,  
TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT ZAKAT SECARA *ONLINE*”**

Disusun oleh :

Rio Bakhtiyar Oktavian

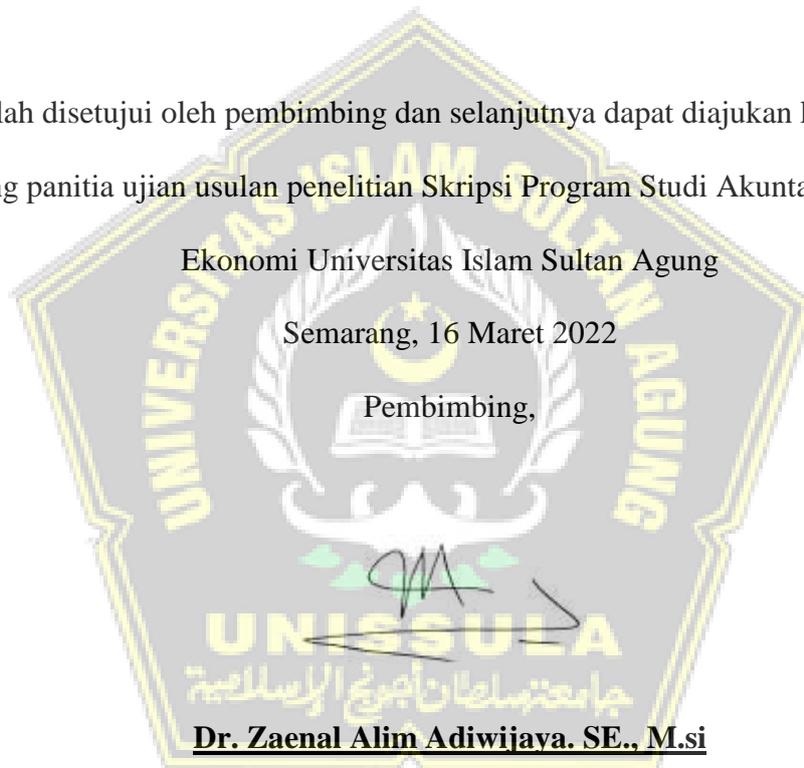
NIM : 31401700139

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan  
sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas

Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 16 Maret 2022

Pembimbing,



**Dr. Zaenal Alim Adiwijaya. SE., M.si**

NIK.211492005

**“ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS,  
TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT ZAKAT SECARA ONLINE”**

Disusun oleh:

Rio Bakhtiyar Oktavian

Nim.31401700139

Telah dipertahankan didepan

Penguji pada tanggal 1 April 2022

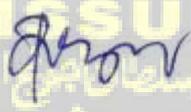
Pembimbing

Penguji 1

  
Dr. Zaenal Alim Adiwijaya. SE.,M.si  
NIK. 211492005

  
Dr. Sri Anik. SE., M.si  
NIK.211415029

Penguji 2

  
Provita Wijavanti. SE., M.si. AK, CA  
NIK.211403012

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Tanggal 17 September 2022

Ketua Progam Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih. SE., M.Si

NIK.211415029

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Rio Bakhtiyar Oktavian

NIM : 31401700139

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan penelitia skripsi yang berjudul “**Analisis pengaruh pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara online**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 6 Januari 2022

Yang menyatakan



**Rio Bakhtiyar Oktavian**

NIM : 31401700139

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rio Bakhtiyar Oktavian

NIM : 31401700139

Fakultas/ Prodi : Ekonomi/ Akuntansi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

No.Hp/Email : 08812621622/[bakhtiyarrio@gmail.com](mailto:bakhtiyarrio@gmail.com)

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Analisis pengaruh pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara online”** menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 1 september 2022

Yang menyatakan,



Rio Bakhtiyar Oktavian

NIM. 31401700139

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”

“Teruslah berbuat baik, karena kita tidak tau kebaikan yang mana yang mengantarkan kita ke surga.”

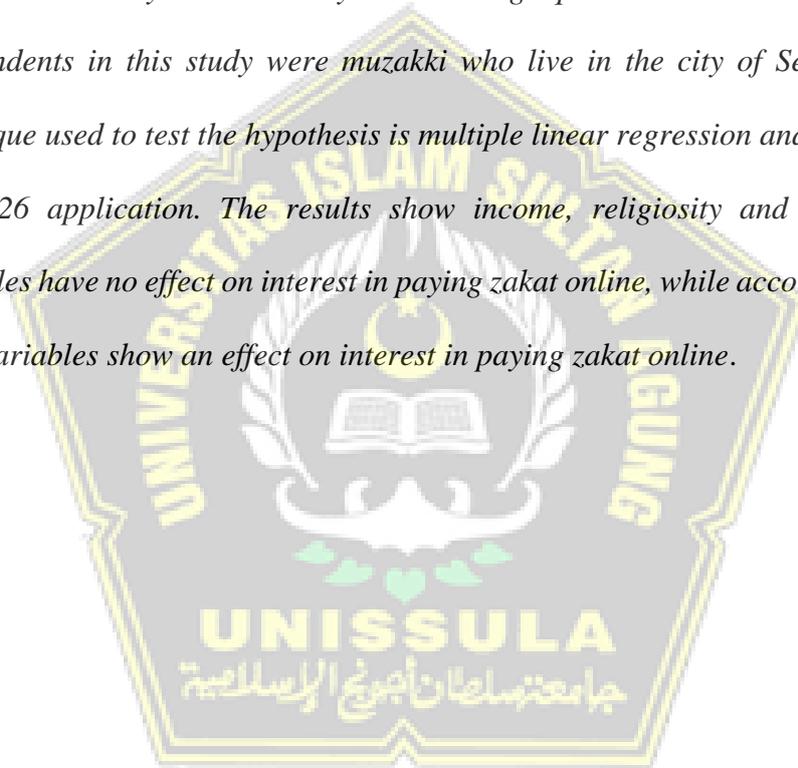


**Pra skripsi ini saya persembahkan untuk :**

- **Allah SWT**
- **Bapak,Ibu dan kakak tersayang**
- **Teman-teman terbaik**
- **Almamater Unissula**

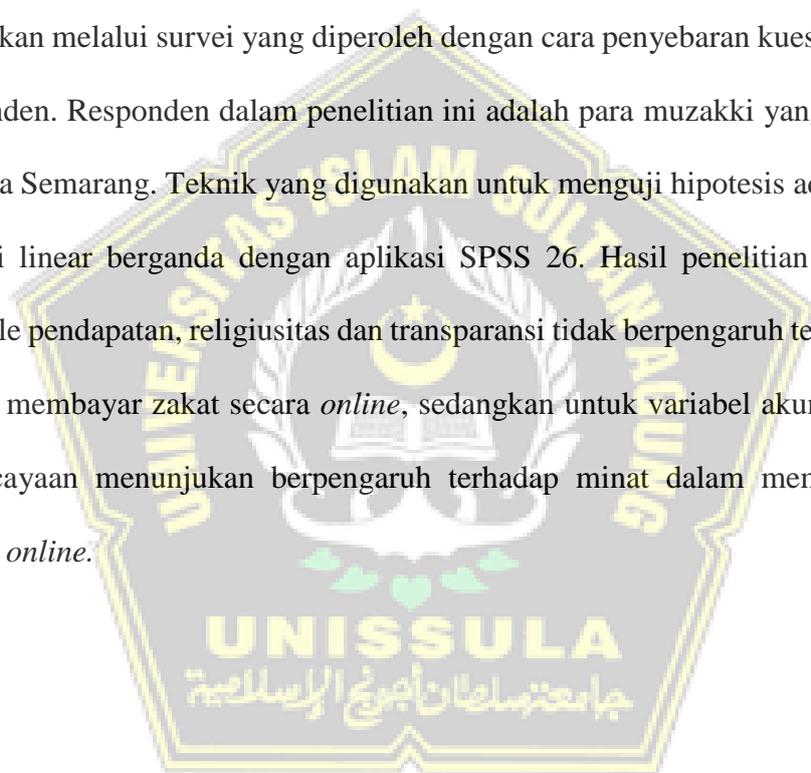
## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the factors that influence muzakki in interest in paying zakat online in the city of Semarang, in this study using a variable income, religiosity, transparency, accountability and trust. The sample selection method in this study used a purposive sampling technique, data collection was carried out through a survey obtained by distributing questionnaires to respondents. Respondents in this study were muzakki who live in the city of Semarang. The technique used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis with the SPSS 26 application. The results show income, religiosity and transparency variables have no effect on interest in paying zakat online, while accountability and trust variables show an effect on interest in paying zakat online.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki dalam minat pembayaran zakat secara *online* di Kota Semarang, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan variabel pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan melalui survei yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah para muzakki yang berdomisili di Kota Semarang. Teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan variable pendapatan, religiusitas dan transparansi tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*, sedangkan untuk variabel akuntabilitas dan kepercayaan menunjukkan berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.



## INTISARI

Zakat *online* adalah sebuah *platform* sistem teknologi informasi yang menghubungkan antara kedua belah pihak yakni pihak muzakki dengan pihak pengelola zakat atau amil zakat, dengan menggunakan *platform* zakat *online* dapat memudahkan dalam proses pembayaran zakat karena tidak perlu lagi untuk datang langsung ke kantor amil zakat, tidak hanya itu saja kemudahan yang didapatkan dengan adanya *platform* zakat *online* muzakki dapat melihat informasi mengenai pendistribusian zakatnya. Kemajuan sebuah layanan tersebut masih belum banyak masyarakat yang mengetahui maka dalam Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki dalam minat pembayaran zakat secara *online* dengan menggunakan pendekatan variabel pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan variabel pendapatan, religiusitas dan transparansi tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*, sedangkan untuk variabel akuntabilitas dan kepercayaan menunjukkan berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian pra skripsi ini dengan judul **“Analisis pengaruh pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara online”**. Penyusunan usulan penelitian pra skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Sarjana (S1) dan mencapai gelar Sarjana Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan pra skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak yang sangat bermanfaat. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Dr. Winarsih, SE., M.Si., CSRS selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Zaenal Alim Adiwijaya, SE, Msi. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan baik dan memberi arahan serta masukan pada penelitian ini.
4. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Orang tua dan kakakku tersayang yang selalu memberikan doa, dukungan,

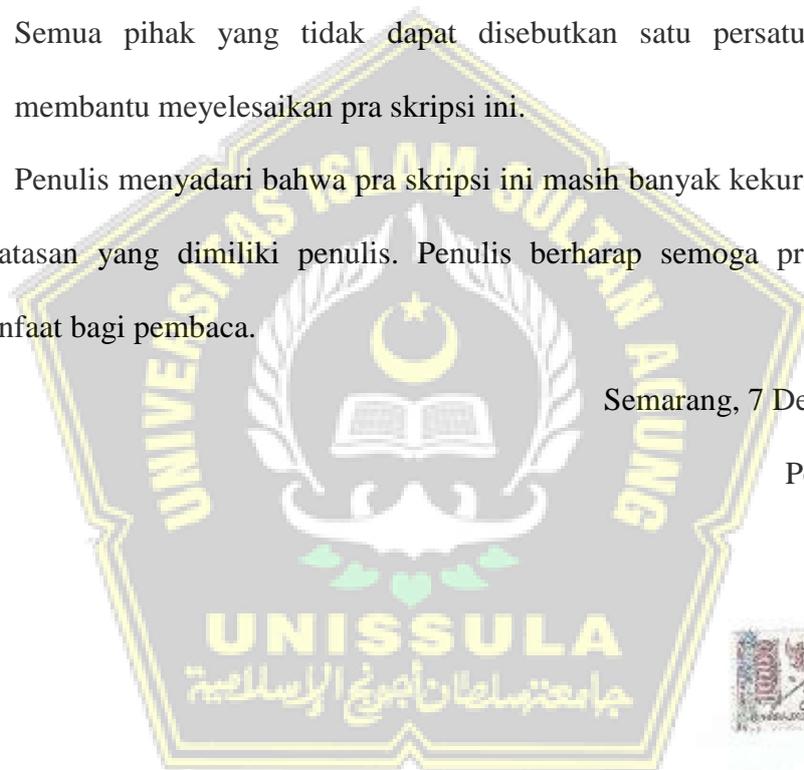
perhatian, semangat, dan material dalam penyusunan pra skripsi ini.

6. Fifi, Rizky, Sandhi, Tribagas, Susetyo, dan Surya yang selalu mendukung, memberikan dorongan dan motivasi, serta selalu mendengarkan keluh kesah saya selama proses mengerjakan pra skripsi ini.
7. Semua teman – teman kelas E4 Akuntansi 2017 yang mendukung, memberikan semangat, dan memotivasi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan pra skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pra skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis berharap semoga pra skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 7 Desember 2021

Penulis



**Rio Bakhtiyar Oktavian**

NIM.31401700139

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
INTISARI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Grand Teori .....	8
2.1.1 Teori Motivasi.....	8
2.2 Zakat Online .....	9
2.2.1 Pengertian Zakat Online.....	9
2.2.2 Hukum Zakat Online.....	9
2.2.3 Zakat Profesi .....	10
2.3 Variabel Penelitian.....	11
2.3.1 Minat Zakat Online .....	11
2.3.2 Tingkat Pendapatan.....	12
2.3.3 Religiusitas.....	13
2.2.4 Tingkat Kepercayaan .....	14
2.2.5 Transparansi.....	15

2.2.6 Akuntabilitas .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	16
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.5.1 Pengaruh Tingkat Pendapatan.....	26
2.5.2 Pengaruh Religiusitas.....	27
2.5.3 Pengaruh Transparansi.....	28
2.5.4 Pengaruh Akuntabilitas .....	28
2.5.5 Pengaruh tingkat kepercayaan .....	29
2.6 Kerangka Penelitian .....	30
BAB III .....	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1 Jenis Data.....	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Variabel dan Indikator .....	33
3.5.1 Variabel Dependen.....	33
3.5.2 Variabel Independen .....	34
3.6 Definisi Operasional .....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	39
3.7.2 Analisis Deskriptif .....	40
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3.7.5 Uji Statistik T (Uji-t).....	42
3.7.6 Uji Statistik F (Uji-F).....	42
3.7.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43

BAB IV .....	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1    Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.2    Uji Kualitas Data.....	47
4.2.1    Uji Validitas .....	47
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	48
4.2.3    Statistik Deskripsi Variabel .....	49
4.2.4    Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.5    Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.2.6 Uji T .....	60
4.2.7 Uji F .....	62
4.2.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1    Pengaruh Pendapatan terhadap Minat dalam membayar zakat secara <i>online</i>	64
4.3.2    Pengaruh Religiusitas terhadap Minat dalam membayar zakat secara <i>online</i>	65
4.3.3    Pengaruh transparansi terhadap Minat dalam membayar zakat secara <i>online</i>	66
4.3.3    Pengaruh akuntabilitas terhadap minat dalam membayar zakat secara <i>online</i>	67
4.3.4    Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap Minat dalam membayar zakat secara <i>online</i> .....	68
BAB V .....	70
PENUTUP .....	70
5.1    Kesimpulan .....	70
5.2    Keterbatasan.....	70
5.3    Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	77
KUESIONER PENELITIAN.....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penerimaan Zakat.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	36
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....	45
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas .....	47
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	49
Tabel 4.5 Deskripsi variabel pendapatan .....	50
Tabel 4.6 Deskripsi variabel religiuisitas .....	51
Tabel 4.7 Deskripsi variabel transparansi .....	51
Tabel 4.8 Deskripsi variabel akuntabilitas .....	52
Tabel 4.9 Deskripsi variabel kepercayaan .....	53
Tabel 4.10 Deskripsi variabel minat zakat <i>online</i> .....	54
Tabel 4.11 Uji normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	56

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian ----- 31



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner penelitian.....	76
LAMPIRAN 2. Tabulasi Data Responden.....	83
LAMPIRAN 3. Hasil Diskriptif Variabel.....	122
LAMPIRAN 4. Hasil Uji Validitas.....	123
LAMPIRAN 5. Hasil Uji Realibitas.....	127
LAMPIRAN 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	129
LAMPIRAN 7. Hasil Uji F.....	131
LAMPIRAN 8. Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	131
LAMPIRAN 9. Hasil Uji T.....	132



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemiskinan merupakan suatu masalah yang sering terjadi pada negara berkembang salah satunya di Indonesia. Terdapat beberapa faktor yang dapat menimbulkan kemiskinan mulai dari kualitas pendidikan SDM yang rendah, dan terbatasnya SDA ataupun modal. Dimasa pandemi sekarang ini angka kemiskinan melonjak naik menurut (BPS, 2020) masyarakat miskin di Indonesia pada September 2020 berjumlah 27,55 juta jiwa, meningkat 1,13 juta orang, karena banyaknya perusahaan memilih untuk merumahkan sebagian karyawannya dan terbatasnya lapangan pekerjaan. Dalam ekonomi Islam, terdapat beberapa instrumen filantropi yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kemiskinan, salah satunya dengan zakat. Dengan adanya zakat dijadikan sebagai sarana penyetaraan pendapatan dalam bentuk transfer ekonomi dari masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi yang sudah mampu kepada masyarakat yang kalangan ekonomi kurang mampu, dengan kata lain zakat diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan ekonomi rendah dengan adanya distribusi zakat, sehingga kesenjangan sosial dapat berkurang. Zaman modern sekarang ini menunaikan zakat sudah tidak perlu datang ke pihak pengelolaan zakat, sudah bisa melalui sistem pembayaran secara

online melalui aplikasi ataupun website, sehingga masyarakat dapat menunaikan zakatnya dimanapun dan kapanpun (Kharisma & Jayanto, 2021). Website zakat adalah sebuah sistem teknologi informasi yang menghubungkan antara kedua belah pihak yakni pihak muzaki atau pemberi zakat dengan pengelola zakat serta mustahik atau penerima zakat agar saling terhubung sehingga memudahkan dalam proses pembayaran zakat dan pengontrolan melalui sistem website online (Wiharjo & Hendratmi, 2017). Kemudian layanan zakat online ini dapat menunjukkan akuntabilitas dan transparansi OPZ terkait, sehingga dapat memberikan peningkatan pelayanan kepada konsumen karena dapat mengetahui informasi tentang zakat antara lain; menghitung jumlah zakat yang harus dizakatkan dan mengetahui kegiatan pendistribusian zakat melalui sistem layanan zakat online, dengan lahirnya inovasi zakat online memberikan dampak kemudahan tidak hanya dirasakan masyarakat saja tetapi pengelola zakat juga, karena dapat mengetahui jumlah zakat dan dapat mengelola pendistribusian zakat dengan mudah (Ahmad et al., 2017), tidak hanya itu saja kemudahannya lembaga amil zakat juga dapat memudahkan dalam memberikan pelayanan mengenai informasi zakat seperti informasi pendapatan zakat yang terkumpul dan pendistribusian kepada mustahik, sehingga menjadi lebih dekat dengan muzaki, sudah tidak terkendala jarak lokasi muzaki dengan kantor pengelola zakat (Kaslam, 2019). Adanya faktor religiusitas dan pendapatan sebagai faktor yang mendasari seorang muzaki minat dalam mengeluarkan kewajiban zakatnya (Tsani, 2017), sebagai umat muslim zakat adalah rukun islam yang ketiga

sehingga umat islam wajib menunaikannya apabila telah memenuhi syarat – syarat tertentu untuk diberikan kepada pihak yang memiliki hak mendapatkannya. (Andriyanto, 2016).

**Tabel 1. 1 Penerimaan Zakat**

Tahun	Online (milyar rupiah)	Offline (milyar rupiah)	Total (milyar rupiah)
2016	0.49	96.91	97.4
2017	4.4	133.1	137.5
2018	13	138.3	151.3
2019	40	200	240
2020	60	385	445

Sumber: Baznas 2020

Tabel 1.1 menunjukkan penerimaan zakat di BAZNAS Pusat dari awal tersedia layanan pengumpulan dana zakat secara digital. Jumlah zakat yang terkumpul dengan menggunakan metode online mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi, perbandingan antara jumlah penerimaan zakat secara online dan offline masih berbeda jauh, seharusnya masyarakat indonesia sudah bisa membayar zakat secara online karena mayoritas penduduk Indonesia dilihat dari data penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 212,35 juta jiwa (APJII, 2020) dari total penduduk Indonesia sebanyak 272 juta jiwa (BPS, 2020), artinya hampir seluruh masyarakat indonesia sudah dapat dikatakan melek teknologi namun sayangnya dalam adaptasi penggunaan teknologinya masih belum dimanfaatkan secara maksimal.

Kemajuan pelayanan pengelolaan zakat masih belum menjadikan masyarakat indonesia sadar akan membayar kewajiban zakatnya. Dari data total pendapatan pengumpulan zakat

dibandingkan dengan tingkat potensi pengumpulan zakat di Indonesia masih belum tercapai, angka realisasi yang terjadi jauh berbeda dari potensi zakat yang seharusnya. Potensi perhimpunan zakat pada tahun 2020 sebesar 327,6 Triliun, namun realisasinya pada tahun 2020 baru mencapai 71,4 Triliun rupiah. Jumlah tersebut meningkat dari total penghimpunan pada tahun sebelumnya. (BAZNAS, 2020)

Penelitian dari (Amilahaq et al., 2021) yang berjudul “*Digital Platform of Zakat Management Organization for Young Adults in Indonesia*” dalam jurnal tersebut penulis menunjukkan bahwa digitalisasi dalam bentuk platform digital dapat meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap Organisasi Pengelola Zakat, serta meningkatkan jumlah donasi zakat. Platform digital juga dapat menjadi media guna meningkatkan literasi dan inklusi keuangan sosial. Hal ini karena kebanyakan telah memiliki pemahaman tentang zakat kontemporer, dan telah mengetahui tentang platform digital zakat organisasi. Oleh karena itu, maka hal tersebut mempermudah dalam proses pembayaran zakat. Hal tersebut dapat dipastikan dapat meningkatkan minat membayar zakat secara online. Akan tetapi bertolak belakang dengan penelitian (Siti, 2020) yang membuktikan zakat online tidak memiliki pengaruh terhadap minat zakat disebabkan masih minimnya sosialisasi dari pemerintah dengan masyarakat yang jauh dari perkotaan dan minim akses informasi dan komunikasi. Selain itu, timbul rasa khawatir terhadap sah atau tidaknya membayar zakat secara online, maka mereka lebih memilih membayarkan zakat secara langsung sehingga tidak terjadi kekhawatiran

mengenai akadnya.

Paparan diatas menunjukkan adanya sebuah perbedaan dalam hasil penelitian terdahulu. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzaki dalam berzakat secara online, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Kharisma & Jayanto, 2021). Peneliti menambahkan variabel kepercayaan sebagai variabel independen, karena masih adanya kekhawatiran muzakki dalam melakukan pembayaran zakat online. Maka menarik untuk dilakukan penelitian yang berjudul: Analisis Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Secara Online.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebuah kepercayaan dan minat perilaku muzakki dalam melakukan pembayaran zakat melalui platform digital, yang dipengaruhi oleh beberapa factor. Variabel-variabel yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat secara online adalah pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan. Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan masalah “Analisis pengaruh pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat secara online“. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah tingkat pendapatan berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara online ?
2. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara online?
3. Apakah transparansi berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara online?
4. Apakah akuntabilitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara online?
5. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara online?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat membayar zakat secara online.
2. Untuk menganalisis pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat membayar zakat secara online.
3. Untuk menganalisis pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat secara online.
4. Untuk menganalisis pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat secara online.
5. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat membayar zakat secara online.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu memberikan manfaat antara lain:

### 1. Manfaat Teoritis

Memperluas dan memperdalam pengetahuan peneliti secara teoritis mengenai pandangan penulis, serta menambah kajian dan pemikiran tentang pengaruh zakat online terhadap peningkatan minat berzakat secara online

### 2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti: penelitian ini berguna untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan terutama mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital.
2. Bagi masyarakat: penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat tentang pembayaran zakat melalui platform digital dan pengetahuan tentang zakat kontemporer mengingat masih banyaknya masyarakat yang tidak tahu tentang zakat kontemporer.
3. Bagi Organisasi Pengelola Zakat: sebagai wawasan baru dan sumber informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengembangan fungsionalnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Grand Teori

##### 2.1.1 Teori Motivasi

Menurut (Nawawi, 2017) motivasi merupakan suatu kondisi yang yang mampu melatarbekangi maupun menjadi dorongan seseorang dalam melaksanakan suatu tindakan. Dalam hal ini suatu kondisi yang mendorong muzakki dalam melakukan kewajibannya menunaikan zakat dengan dibantu melalui *digital platform* zakat. Secara sederhana dapat dibedakan dua bentuk motivasidiantaranya sebagai berikut :

##### 1. Motivasi Instrinsik

Motivasi instrinsik adalah pendorong kesadaran zakat yang timbul dalam diri seorang muzakki, seperti kesadaran terhadap value menunaikan kewajiban zakat. Faktor religiusitas dan pendapatan dapat dikategorikan sebagai faktor intrinsik karena seseorang yang telah memiliki hal tersebut maka akan terdorong untuk melakukan kewajibannya dalam hal menunaikan zakat.

##### 2. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi Ekstrinsik adalah factor yang mendorong kesadaran zakat yang berasal dari factor eksternal seorang muzakki, dalam hal ini OPZ atau Lembaga pengelola zakat dapat dikategorikan sebagai faktor ekstrinsik untuk mendorong atau memotivasinya sehingga muzakki menjadi tahu dan mau untuk menunaikan kewajiban zakatnya secara online.

## 2.2 Zakat Online

### 2.2.1 Pengertian Zakat Online

Zakat berasal dari kata Zaka'a berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Zakat dalam Al-Qur'an artinya "suci dari dosa". Allah SWT mewajibkan setiap Muslim menunaikan zakat untuk memberikan kepada orang fakir miskin dan mustahik lainnya karena zakat merupakan salah satu rukun Islam yang ketiga. Hal ini dilakukan untuk mensyukuri nikmat Allah, untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah dan mensucikan hartanya (Ghaffari, 2017). Salah satu cara baru untuk membayar ZIS di era industri 4.0 ini adalah melalui platform digital atau online atau dapat disebut juga dengan ZIS online. Zakat, infaq dan sedekah (ZIS) online inimerupakan suatu proses pembayaran ZIS yang dilakukan secara digital atau online dimana muzaki yang hendak membayar ZIS tidak perlu ke tempat pembayaran zakat ataupun bertemu langsung dengan para amil (Kurniaputri et al., 2020). Dalam syariah, praktik pembayaran ZIS ini diperbolehkan karena mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin memberikan kemudahan.

### 2.2.2 Hukum Zakat Online

Zakat merupakan suatu kewajiban yang harus ditunaikan seorang muslim. Zakat adalah bagian dari rukun Islam. Allah SWT berfirman :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاٰكِعِينَ

Artinya : “ Dan dirikanlah shalat, tunaikan zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'.” (QS. Al-Baqarah ayat 43).

Zaman sudah serba modern seperti pembayaran zakat online, mengenai hukum akad zakat online masih kurangnya sosialisasi dikalangan masyarakat

sehingga masih adanya rasa keraguan. Menurut Syaikh Yusuf Al-Qardhawi, dalam penelitian (Safira, 2018) mengenai *fiqh* zakat online beliau berpendapat bahwa para pendonor zakat tidak harus dinyatakan secara eksplisit bahwa dana yang dikeluarkan adalah zakat. Zakat tersebut tetap sah. Namun idealnya muzakki yang menuniakan zakat secara online harus melakukan konfirmasi tertulis serta melakukan verifikasi dan konfirmasi mengenai pembayaran zakat tersebut terhadap badan amil zakat. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pendataan sebagai bentuk transparansi pihak amil zakat. Selain itu, zakat online lebih mudah dan cepat sehingga mengurangi kemungkinan masyarakat untuk menunda melaksanakan kewajiban zakat. Hal ini sesuai dengan (Q.S. Al-Baqarah [2]: 185) sebagai berikut:

الشَّهْرَ مِنْكُمْ شَهَدَ فَمَنْ وَالْفُرْقَانَ الْهُدَىٰ مِنْ وَبَيَّنَّتِ لِلنَّاسِ هُدَىٰ الْقُرْآنُ فِيهِ أَنْزَلَ الَّذِي رَمَضَانَ شَهْرُ  
بِكُمْ رِيْدِي وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ آخَرَ أَيَّامٍ مِنْ قَعْدَةٍ سَفَرٍ عَلَىٰ أَوْ مَرِيضًا كَانَ وَمَنْ فَلْيَصُمْهُ  
تَشْكُرُونَ وَلَعَلَّكُمْ هَدَىٰكُمْ مَا عَلَىٰ اللَّهِ وَلِتُكَبِّرُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكْمِلُوا الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 185)

### 2.2.3 Zakat Profesi

Zakat profesi merupakan suatu zakat yang harus dikeluarkan atas pekerjaan maupun profesi individu maupun lembaga yang telah melapau nishab. Penghasilan profesional adalah hasil bekerja di bidang jasa atau jasa. Zakat profesi dibebankan kepada beberapa jenis penghasilan, yaitu pendapatan dari pekerjaan di instansi pemerintah (PNS) dan swasta (perusahaan swasta), dan pendapatan dari pekerjaan profesional atau

keterampilan di bidang pendidikan, keterampilan dan bidang profesional tertentu yang tergantung pada kemampuan individu, seperti seperti dokter, pengacara, penjahit, dan dosen. Penghasilan yang diperoleh biasanya berupa gaji, upah, dan gratifikasi.

Seseorang diwajibkan menunaikan zakat penghasilan bila penghasilan yang dimiliki sudah melebihi nishab. Berdasarkan SK BAZNAS Tahun 2021 Tentang Nisab Zakat Pendapatan dan Jasa tahun 2021, bahwa; nishab zakat pendapatan/ penghasilan pada tahun 2021 adalah senilai 85 gram emas atau setara dengan Rp79.738.415 per tahun atau Rp6.644.868 per bulan. Zakat penghasilan juga dapat ditunaikan setiap bulan dengan nilai nishab perbulannya adalah setara dengan nilai seperduabelas dari 85 gram emas dengan kadar 2,5%.

## **2.3 Variabel Penelitian**

### **2.3.1 Minat Zakat Online**

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki atensi dan keinginan untuk melakukan suatu tindakan (Syariah & Syukron, 2012). Minat timbul karena adanya hal yang menarik yang dapat meningkatkan atensi seseorang akan suatu hal dan menimbulkan niat untuk mengetahui dan mempelajari serta melaksanakan hal tersebut. Dalam hal ini minat seseorang dalam penggunaan suatu layanan jaringan teknologi e-zakat. Layanan zakat online merupakan salah satu program yang ada pada lembaga pengelola zakat yang berbasis *finance technology* dengan sistem *crowdfunding* yang merupakan layanan pembayaran zakat secara online melalui akun resmi organisasi pengelola zakat (OPZ). Layanan zakat online dapat dilakukan dari

telephon seluler melalui aplikasi resmi dari pengelola zakat dengan bentuk sistem transfer dari rekening muzakki ke rekening pengelola zakat. Diharapkan dengan adanya layanan tersebut dapat memudahkan muzakki sehingga meningkatkan niat pembayaran zakat secara online. Terdapat tiga factor yang mempengaruhi minat pembayaran zakat menurut Crow dan Crow dalam (Tsani, 2017) yaitu:

1. Faktor internal, yaitu kesadaran individu akan kewajiban menunaikan zakat karena merupakan perintah dari Allah SWT kepada setiap umat islam yang telah memenuhi syarat – syarat tertentu.
2. Motif sosial, yaitu pembayaran zakat dapat dijadikan sarana berbagi dan membantu kepada masyarakat yang berhak menerimanya.
3. Faktor emosional, yaitu pelaksanaan pembayaran zakat dari seorang muslim semata-mata hanya untuk mengharap ridho Allah SWT dan bentuk ketaatan terhadap syariat.

### **2.3.2 Tingkat Pendapatan**

Pendapatan menurut (Satrio & Dodik, 2017) merupakan tambahan harta yang diterima oleh seseorang sebagai bentuk timbal balik atas jasa yang diberikan kepada pihak lain. Pendapatan dapat diberikan berupa upah, gaji maupun komisi. Pendapatan yang telah melampaui nishab maka wajib untuk dikeluarkan zakatnya sesuai fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 mengenai zakat penghasilan. Seluruh penghasilan baik berupa gaji, upah maupun honor yang diperoleh dengan cara yang halal dan baik maka wajib dikeluarkan zakat atas penghasilan tersebut apabila telah melampaui nishab yakni sebesar 85 gram

emas atau 522 kg beras dalam satu tahun (Nugroho & Nurkhin, 2019). Oleh karena itu, tingkat pendapatan memengaruhi minat seseorang dalam mengeluarkan zakat atas harta dan pendapatan yang dimiliki.

### 2.3.3 Religiusitas

Religiusitas merupakan factor yang dapat mempengaruhi individu dalam melakukan suatu kegiatan. Pada dasarnya seluruh perbuatan dan tindakan dalam islam sudah memiliki hukum syariat. Seorang muslim akan mempertimbangkan factor tersebut sebelum melakukan suatu keputusan apakah bertentangan dengan syariat islam atau tidak (Lutfiyana, 2017). Menurut (Yunus, 2017) menjelaskan bahwa nilai religiusitas yang dimiliki seseorang dapat dinilai dari:

#### A. Dimensi keyakinan/ ideologi

Dimensi keyakinan merupakan konsep dimana seseorang muslim yang berpegang teguh terhadap syariat islam yakni menjalankan seluruh perintah Allah SWT dan menjauhi segala macam larangan-Nya yang didasari oleh konsep tauhid.

#### B. Dimensi praktik agama

Dimensi praktik agama mencakup perilaku individu dalam hal melaksanakan ibadah dan tata cara nya sesuai dengan ajaran islam dalam rangka sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT.

C. Dimensi pengalaman

Dimensi pengalaman berkaitan dengan tingkatan individu dalam berperilaku yang sesuai dengan ajaran agamanya baik hubungan kepada Allah SWT, hubungan dengan sesama manusia maupun hubungan dengan alam.

D. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi pengetahuan merupakan tingkatan seseorang dalam memahami dan mengetahui pokok – pokok ajaran islam sesuai syariat yang harus dilaksanakan.

E. Dimensi konsekuensi

Dimensi ini berfokus pada akibat atau konsekuensi yang akan diterima seorang individu apabila melaksanakan maupun meninggalkan suatu syariat islam.

#### 2.2.4 Tingkat Kepercayaan

Tingkat kepercayaan merupakan suatu kesimpulan dari konsumen atas apa yang diketahuinya terhadap suatu produk. Kepercayaan adalah penilaian seseorang dalam proses transaksi apakah sesuai dengan ekspektasi atau tidak. Kepercayaan akan timbul ketika konsumen merasa yakin akan moral, kredibilitas dan reliabilitas terhadap orang lain (Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan merupakan kecenderungan individu dalam mempercayai pihak yang kredibel. Menurut (Satrio & Dodik, 2017) ada tujuh core values yang diperlukan untuk membangun kepercayaan, yaitu keterbukaan, integritas, kompeten, sharing, penghargaan, dan akuntabilitas. Kepercayaan

didefinisikan sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat pembayaran zakat secara online karena memiliki tingkat transparansi dan profesionalisme yang lebih tinggi. Menurut (Assa & Pramono, 2019) ada 3 indikator kepercayaan yang dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat secara online yakni *Integritas*, *Technology orientation* dan *Kompetensi*.

### **2.2.5 Transparansi**

Transparansi adalah keterbukaan pengungkapan informasi kepada semua pihak agar dapat dijadikan dasar pengambilan suatu keputusan (Septiarini, 2017). Dalam Islam, transparansi dianalogikan sebagai sifat *tabligh*. Adanya transparansi memungkinkan individu untuk mengetahui informasi secara kompleks baik dari proses perencanaan, pengelolaan bahkan pertanggungjawaban. Menurut (Aries et al., 2017), transparansi diartikan sebagai keterbukaan pemerintah kepada masyarakat terkait penyampaian informasi. Dalam pengelolaan zakat, transparansi sangat penting guna mengurangi kecurigaan dan meningkatkan kepercayaan muzaki terhadap amil zakat. Badan amil zakat diharapkan mampu melaksanakan prinsip transparansi kepada public dari proses penghimpunan dana dari masyarakat dan penyalurannya kepada pihak yang berhak menerima sebagaimana diatur pada UU No. 23 Tahun 2011 (BPK, 2011). Menurut (Munirul, 2017) terdapat empat indikator transparansi, yaitu adanya publikasi pelaporan, kemudahan akses laporan, laporan yang tepat waktu dan adanya system yang mampu memberikan informasi lengkap kepada public.

### 2.2.6 Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu kewajiban pihak dalam mengungkapkan informasi melalui penyajian, pelaporan, dan pengungkapan aktivitas sebagai pertanggung jawabannya terhadap pihak luar (Yosi, 2017) Dalam Islam, akuntabilitas merupakan realisasi dari sifat amanah. Menurut Mardiasmo dalam (Yahya, 2017) akuntabilitas dibagi menjadi dua, yaitu akuntabilitas internal dan akuntabilitas eksternal. Akuntabilitas internal merupakan bentuk tanggungjawab terhadap internal suatu entitas, sedangkan akuntabilitas eksternal merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada pihak luar seperti masyarakat luas. Akuntabilitas dapat dijadikan cerminan seberapa baik tata kelola perusahaan. Dalam Islam, akuntabilitas tersirat dalam surat Al-Baqarah ayat 282 dimana manusia diwajibkan melakukan tanggungjawab atas perbuatan yang dilakukannya kepada Allah SWT dan sesama manusia sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat yang diberikan. Oleh karena itu, akuntabilitas dapat memengaruhi minat muzaki dalam menunaikan zakat atas harta yang dimilikinya. Menurut (Ulurrosyad & Jayanto, 2020), terdapat tiga tolak ukur yaitu: Ketaatan prosedur, Pelayanan yang responsif dan Pelayanan dengan biaya ekonomis

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis diantaranya dibawah ini:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian

	Dan Tahun		
1.	(Nugroho & Nurkhin, 2019)	Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat pembayaran zakat profesi melalui baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RG (X1) tidak berpengaruh terhadap MZ (Y)</li> <li>• PD (X2) berpengaruh signifikan terhadap MZ (Y)</li> <li>• PZ (X3) tidak berpengaruh terhadap MZ (Y)</li> <li>• FU (X4) berpengaruh terhadap MZ (Y)</li> </ul>
2.	(Kurniaputri et al., 2020)	Intensi perilaku dan religiusitas generasi millenials terhadap keputusan pembayaran ZIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IP (X1) berpengaruh signifikan terhadap KZ (Y)</li> </ul>

		melalui platform digital.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RG (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap KZ (Y)</li> </ul>
3.	(Septiarini, 2017)	Pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap pengumpulan dana zakat, infaq dan shodaqoh pada LAZ di Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TP (X1) berpengaruh terhadap PZ (Y)</li> <li>• AK (X2) berpengaruh terhadap PZ (Y)</li> </ul>
4.	(Kharisma & Jayanto, 2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah	variabel Kegunaan, Risiko, dan Transparansi dalam layanan E-zakat berpengaruh terhadap minat menggunakan E-zakat dalam berzakat, sedangkan Akuntabilitas tidak cukup signifikan berpengaruh

			terhadap Pengelolaan ZIS oleh LPZ.
5.	(Abdurrahman, 2019)	Faktor- faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat online.	Variabel yang signifikan berpengaruh positif adalah variabel pengetahuan zakat online dan pendapatan. Sedangkan variabel yang signifikan berpengaruh negatif adalah variabel usia.
6.	(Tsani, 2017)	Pengaruh Religiositas dan Pendapatan Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui BAPELURZAM (Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah) PCM Weleri Kendal.	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat zakat danPendapatan berpengaruh positif terhadap minat zakat

7.	(Mardliyaturrohmah, 2020)	Pengaruh pemahaman zakat, pendapatan, religiusitas, kepercayaan, dan lingkungan sosial muzakki terhadap minat zakat	Pemahaman zakat, pendapatan, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat zakat, sedangkan kepercayaan dan lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat zakat.
8.	(Yunus, 2017)	Analisis pengaruh kepercayaan, religiusitas, dan kontribusi terhadap minat zakat di Baitul Mal (Studi kasus pada pedagang pasar Lhokseumawe)	Variabel kepercayaan dan kontribusi berpengaruh positif signifikan terhadap minat zakat sedangkan religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat zakat
9.	(Munirul, 2017)	Pengaruh transparansi dan	Variabel transparansi dan akuntabilitas

		akuntabilitas pengelolaan zakat terhadap minat muzakki di rumah zakat cabang semarang	berpengaruh positif signifikan terhadap minat zakat
10.	(Ulurrosyad & Jayanto, 2020)	Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E- zakat pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang	persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E- zakat, sedangkan untuk risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan E- zakat. Untuk akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan E- zakat

11.	(Assa & Pramono, 2019)	Kenapa muzakki percaya kepada amil zakat	Variabel akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki, sedangkan variabel transparansi berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki.
12.	(Rafiuddin, 2019b)	Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat berzakat di unit pengumpul zakat (UPZ)Kecamatan Ganra.	Variabel kepercayaan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, sedangkan variabel pendapatan berpengaruh secara negative terhadap minat membayar zakat.

13.	(Lutfiyana, 2017)	Pengaruh pengetahuan zakat, pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kota Pekanbaru.	Variabel pengetahuan zakat, religiusitas dan transparansi berpengaruh terhadap minat zakat, sedangkan variable pendapatan dan akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat zakat.
14.	(Fitriani, 2017)	Peran religiusitas dalam mempengaruhi minat zakat.	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat zakat.
15.	(Mujaddid& Ramadan, 2019)	Faktor religiusitas dalam membayar zakat dan pajak.	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat dalam membayar pajak dan zakat.
16.	(Kabib et al., 2021)	Pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki	Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat zakat, sedangkan

		membayar zakat di BAZNAS Sragen	transparansi tidak berpengaruh terhadap minat zakat.
17.	(Maimunah, 2017)	Faktof-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat, infaq dan sedekah melalui lembaga amil zakat di Yogyakarta.	Variabel promosi berpengaruh terhadap minat muzakki mebayar ZIS, sedangkan variabel transparansi dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar ZIS.
18.	(Karim et al., 2019)	Transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat berbasis website pada lembaga pengelola zakat di Indonesia.	Hasil penelitian ini membuktikan belum ada satupun dari lembaga zakat yang mengungkapkan secara penuh laporan keuangan sesuai PSAK 109 dan tata kelola amil website.

			Hanya website BAZNAS yang memiliki nilai transparansi yang baik.
19.	(Nikmatuniyah et al., 2019)	Effects of accounting information quality, accountability, and transparency on zakat acceptance.	accounting information quality, accountability, and transparency berpengaruh positif terhadap zakat acceptance.
20.	(Khairunnisa et al., 2020)	Pengaruh brand awereness dan kepercayaan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui aplikasi Tokopedia	Brand awereness dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan zakat melalui Tokopedia.
21.	(Wiharjo & Hendratmi, 2017)	Persepsi penggunaan zakat online di Indonesia.	Persepsi kegunaan, keamanan dan privasi dan kepercayaan

			berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat online, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap penggunaan zakat online.
--	--	--	--

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

### 2.5.1 Pengaruh Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan harta yang diperoleh sebagai timbal balik atas jasa yang diberikan (Yuningsih et al., 2017). Pendapatan merupakan faktor instrinsik terhadap minat individu dalam menunaikan zakatnya. (Nugroho & Nurkhin, 2019a). Jika mereka memiliki pendapatan yang sudah masuk sesuai nishab maka wajib untuk dikeluarkan, dengan memiliki penghasilan tersebut maka dapat berpotensi muzakki akan lebih termotivasi untuk minat menunaikan zakatnya secara online juga besar. Hasil analisis dari penelitian terdahulu oleh (Nugroho & Nurkhin, 2019) dan (Abdurrahman, 2019) menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat muzaki membayar zakat profesi. Maka, hipotesis yang dirumuskan penulis adalah sebagai berikut:

**H1 = Tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berzakat**

**secara online.**

### **2.5.2 Pengaruh Religiusitas**

Religiusitas yang kuat akan memberikan motivasi seorang muslim untuk melakukan berbagai kewajiban agama islam termasuk kemauan atau kesediaan untuk melakukan pembayaran zakat khususnya pembayaran zakat secara *online*.

Pengalaman pribadi dalam merasakan kedamaian menjalankan berbagai aturan Islam mendorong semakin tingginya nilai keinginan untuk membayar zakat melalui media *online* secara berkelanjutan karena terbukti lebih cepat dan efisien dalam melakukan pembayaran tanpa mengurangi nilai pahala yang diperoleh. Nilai pengetahuan agama yang tinggi akan mendorong implemementasi zakat melalui media *online* secara berkelanjutan tanpa khawatir zakat yang dibayarkan tidak sampai ke tangan masyarakat muslim yang wajib diberikan zakat.

Hasil analisis peneltian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fitriani, 2017) serta (Mujaddid & Ramadan, 2019) menyimpulkan bahwa religiusitas terbukti memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat secara *online*. Berdasarkan pada dukungan penelitian terdahulu ini hipotesis yang dirumuskan penulis adalah sebagai berikut:

**H2 = Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat secara online.**

### 2.5.3 Pengaruh Transparansi

Transparansi merupakan keterbukaan akan informasi kepada pihak eksternal dalam rangka pertanggungjawaban. Transparansi pengelolaan zakat online, mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menunaikan zakat secara online. Adanya *financial technology* (fintech) memungkinkan masyarakat melakukan pembayaran dengan lebih cepat dan mudah serta transparan dalam hal pelaporan sehingga masyarakat mudah melakukan kontrol. Berdasarkan teori motivasi, adanya layanan zakat *online* memberikan sebuah informasi yang transparan sehingga dapat memotivasi kepada muzakki untuk menggunakan sebuah layanan zakat online tersebut.

Hal ini didukung penelitian (Septiarini, 2017) yang menyatakan bahwa transparansi memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat secara online. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Nikmatuniayah et al., 2019) bahwa transparansi berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana zakat. Maka, hipotesis yang dirumuskan penulis adalah sebagai berikut:

**H3 = Transparansi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat secara online.**

### 2.5.4 Pengaruh Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu kewajiban pihak dalam mengungkapkan informasi melalui penyajian, pelaporan, dan pengungkapan aktivitas sebagai pertanggung jawabannya terhadap pihak luar. Menurut prinsip akuntansi, laporan keuangan OPZ harus memenuhi standar akuntansi umum, diantaranya adalah akuntabilitas, relevan, dan

dapat diaudit (Rahman, 2017). Hubungan akuntabilitas dengan teori motivasi memberikan sebuah pengaruh motivasi minat muzakki dalam pembayaran zakat secara online karena dengan pembayaran zakat online dapat memudahkan mengetahui bukti-bukti data penerimaan zakat maupun pendistribusian zakat.

Hal ini didukung Penelitian (Nikmatuniayah et al., 2019) yang menyatakan akuntabilitas berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana zakat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Septiarini, 2017) yang membuktikan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat secara online. Maka, hipotesis yang dirumuskan penulis adalah sebagai berikut:

**H4 = Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat secara online.**

#### **2.5.5 Pengaruh tingkat kepercayaan**

Kepercayaan merupakan penilaian seorang individu terhadap suatu produk yang dianggap kredibel (Martono et al., 2019). Kepercayaan mampu mempengaruhi minat muzakki dalam menunaikan zakat online. Zakat *online* memberikan sebuah rasa kepercayaan kepada muzakki atas kualitas pelayanan yang baik seperti pengelolaan dan pelaporannya, sehingga dapat berpotensi kuat mendorong minat seorang muzakki untuk menggunakan pembayaran zakat secara online.

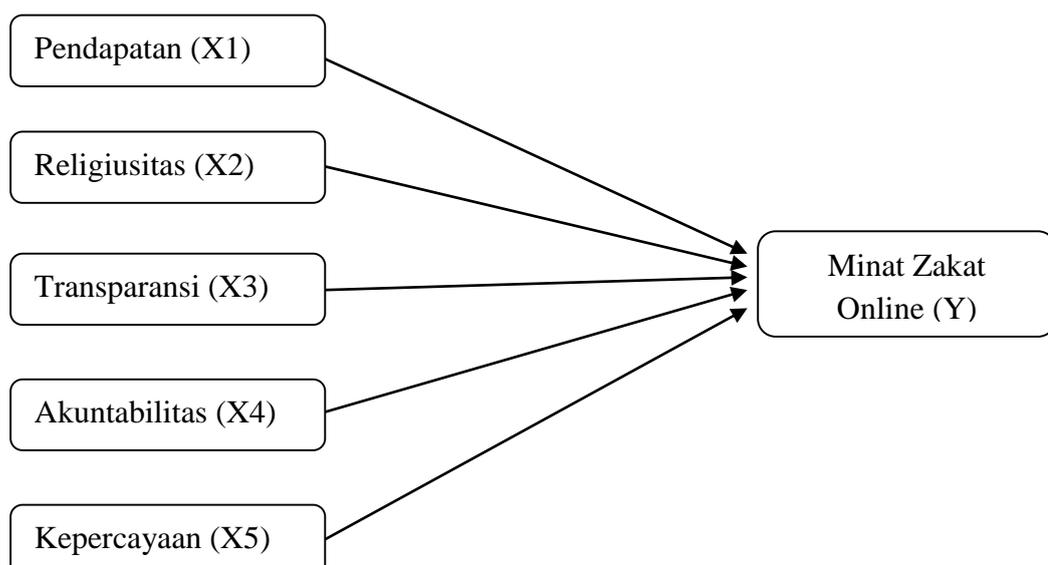
Peningkatan pelayanan baik dari kemudahan akses maupun

keterbukaan informasi mampu meningkatkan kepercayaan muzakki dalam melakukan pembayaran zakat secara online (Wahid & Ahmad, 2017). Pengelola zakat harus melakukan kolaborasi dengan berbagai platform dalam rangka peningkatan kualitas mutu layanan. Penelitian terdahulu dari (Khairunnisa et al., 2020) dan (Wiharjo & Hendratmi, 2017) membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menunaikan zakat secara online. Maka, hipotesis yang dirumuskan penulis adalah sebagai berikut:

**H5 = Tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat secara online.**

## 2.6 Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian explanatory research dimana metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang diteliti serta pengaruhnya dengan variabel lain. Alasan utama menggunakan metode penelitian explanatory ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel yang ada didalam hipotesis (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini menjelaskan Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat secara online.

#### **3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek maupun objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan diimplementasikan (Prof.Dr.Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Muzakki yang bertempat tinggal di Kota Semarang yang memiliki pekerjaan dan pendapatan yang stabil atau tetap setiap bulannya.

### 3.2.2 Sampel

Sampel Menurut (Prof.Dr.Sugiyono, 2017) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan melihat kriteria tertentu.(Sugiyono, 2017) Dengan menggunakan rumus *slovin*, metode *Slovin* digunakan pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan diperiksa.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Skala Sampel

N = Skala Populasi

$e^2$  = Margin toleransi kesalahan (error tolerance)

Jadi :

$$n = \frac{1.470.442}{1 + 1.470.442 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 99$$

Kuesioner akan di sebarkan ke 100 muzakki dengan teknik insidental sampel, bila mana pengamat menemui muzakki yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian maka muzakki tersebut dapat menjadi responden. Karena pengambilan sampel dari populasi harus benar-benar representatif, adapun kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Memiliki pekerjaan dan pendapatan yang relatif stabil.
2. Memenuhi syarat sebagai seorang muzaki, yaitu :
  - a. Beragama islam
  - b. Memiliki pendapatan yang memenuhi nishabzakat pendapatan & Jasa tahun 2021 yaitu setara dengan 85gr emas atau Rp. 79.738.415 per Tahun atau Rp. 6.644.868/ bulan. ([www.BAZNAS.go.id](http://www.BAZNAS.go.id))

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yaitu data yang didapat dari hasil opini responden baik lisan maupun tulisan terhadap pertanyaan yang diberikan. Menurut Indriantoro dan Supomo (2012) bahwa data subyek adalah jenis data penelitian berupa opini responden berdasarkan pengalaman yang dimiliki yang menjadi subjek penelitian. Dalam hal ini adalah pendapat dari muzaki di wilayah Kota Semarang terhadap variabel penelitian.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Data mempunyai sifat memberikan gambaran tentang suatu masalah. Data yang diperlukan dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Data primer yaitu data yang disusun berdasarkan penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Dalam hal ini data primer diperoleh dari jawabanpara muzakki di Kota Semarang yang menjawab pertanyaan yang diberikan.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaituberasal dari buku-

buku ilmiah, jurnal, tulisan-tulisan atau artikel yang ada hubungannya dengan masalah-masalah yang diteliti sebagai landasan dan teori.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

#### **1. DataPrimer**

Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner guna mendapatkan permasalahan responden, berikut penjelasannya:

##### **a. Kuesioner**

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan jawaban responden (Ferdinand, 2009). Kuesioner ini disebarikan kepada para muzaki, untuk kemudian dibuat skor di ukur berdasarkan persepsi responden dengan menggunakan skala likert dengan bobot 1-4.

### **3.5 Variabel dan Indikator**

Pada penelitian menggunakan 6 variabel, yaitu variabel independen pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan dan variabel dependen minat zakat.

#### **3.5.1 Variabel Dependen**

##### **1. Minat Zakat Online**

Minat zakat online adalah kemauan dalam diri seseorang dalam penggunaan suatu layanan zakat online untuk melaksanakan kewajiban berzakat pada lembaga pengelolaan zakat (Tsani, 2017). Indikitakor yang

digunakan untuk mengukur variabel minat zakat yaitu:

- a. Adanya dorongan dalam diri muzakki.
- b. Adanya motif sosial yang membangkitkan minat berzakat.
- c. Adanya faktor emosional yang berhubungan dengan emosi sehingga mendorong muzakki untuk membayar zakat.

### 3.5.2 Variabel Independen

#### 1. Pendapatan

Islam memiliki dua cara dalam mendistribusikan pendapatan, yaitu dengan zakat maupun infaq. Selain itu, Islam juga mewajibkan zakat atas harta dan zakat atas pendapatan. Sehingga pendapatan akan sangat memengaruhi jumlah zakat seseorang dalam menunaikannya (Mardiyaturrohmah, 2020). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pendapatan yaitu:

- a. Gaji atau penghasilan
- b. Keuntungan

#### 2. Religiusitas

Religiusitas menggambarkan suatu keadaan dan ketaatan seseorang dalam meyakini agama melalui pengamalan nilai, kewajiban, serta aturan dalam bertingkah laku yang sesuai dengan ajaran agama. Tingkat religiusitas seorang muzakki sangat mempengaruhi motivasi dalam menunaikan zakat (Yunus, 2017). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas yaitu:

- a. Ritual

- b. Pengetahuan
- c. Penghayatan
- d. Pengalaman
- e. Keyakinan

### 3. Transparansi

Transparansi dalam Islam dapat diartikan untuk menyampaikan segala sesuatu dengan benar, jujur, dan penuh loyalitas yang tinggi. Instrument penelitian transparansi memodifikasi penelitian(Munirul, 2017). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel transparansi yaitu:

- a. Tepat waktu
- b. Laporan mudah diakses
- c. Memberikan informasi
- d. Publikasi publik

### 4. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan prinsip etika dalam Islam yang diperlukan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat luas melalui penyajian, pelaporan dan pengungkapan aktivitas perusahaan. Akuntabilitas sendiri, memiliki makna yang sama dengan amanah dan merupakan unsur yang penting dalam asas pengelolaan zakat. Instrumen penelitian akuntabilitas memodifikasi penelitian (Ulurrosyad & Jayanto, 2020).

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel akuntabilitas yaitu:

- a. Kepatuhan prosedur
- b. Pelayanan responsif

c. Pelayanan dengan biaya ekonomis

## 5. Kepercayaan

Tingkat kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh segala pengetahuan yang dimiliki serta kesimpulan yang dibuat oleh konsumen terhadap suatu objek. Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai penilaian antara hubungan seseorang atas transaksi yang dilakukan dapat sesuai dengan harapannya. Dengan demikian, kepercayaan dapat terjadi ketika adanya keyakinan terhadap integritas pengelola zakat (Assa & Pramono, 2019). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan yaitu:

- a. Integritas
- b. *Technology orientation*
- c. Kompetensi

### 3.6 Definisi Operasional

Berikut ini akan dijelaskan indikator-indikator dari beberapa variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

N	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
O	Penelitian			
1.	Minat Zakat Online	Minat merupakan suatu motivasi yang mendorong seseorang untuk	6. Dorongan dalam diri individu muzakki 7. Motivasi sosial 8. Faktor sosial	Likert 1 – 4

		tertarik melakukan apa yang merekasukai.	(Tsani, 2017)	
2.	Pendapatan	Pendapatan adalah tambahan perolehan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui atas usahanya atau pekerjaannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upah atau gaji</li> <li>• Keuntungan</li> </ul> (Mardliyaturrohmah, 2020)	Likert 1 - 4
3.	Religiusitas	Suatu keadaan, pemahaman, dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan dan kewajiban.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ritual</li> <li>• Pengetahuan</li> <li>• Penghayatan</li> <li>• Pengalaman</li> <li>• Keyakinan</li> </ul> (Yunus, 2017)	Likert 1 – 4
4.	Transparansi	Transparansi dalam lembaga pengelolaan zakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tepat waktu</li> <li>• Laporan mudah diakses</li> </ul>	Likert 1 – 4

		<p>dapat diartikan sebagai Tabligh, artinya sebagai pengelola zakat harus menyampaikan segala sesuatu informasi zakat dengan benar, jujur dan penuh loyalitas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan informasi</li> <li>• Publikasi publik (Munirul, 2017)</li> </ul>	
5.	Akuntabilitas	<p>Akuntabilitas adalah pertanggungjawaban mengenai pengelolaan zakat dari amil zakat kepada muzakki.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan kepatuhan prosedur</li> <li>• Pelayanan responsif</li> <li>• Pelaporan dengan biaya ekonomis (Ulurrosyad &amp; Jayanto, 2020)</li> </ul>	Likert 1 - 4
6.	Kepercayaan	<p>Kepercayaan muzakki terhadap lembaga amil zakat dalam melakukan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integritas</li> <li>• <i>Technology orientation</i></li> <li>• Komptensi</li> </ul>	Likert 1 - 4

		pembayaran zakat secara online.	(Assa & Pramono, 2019)	
--	--	------------------------------------	---------------------------	--

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

##### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur untuk mencapai ketepatan. Pengukuran dapat dikatakan valid jika menunjukkan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji validitas memiliki tujuan untuk mengukur tingkat ketepatan dari setiap item indikator dari variabel tingkat pendapatan, religiusitas, brand awareness, kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas terhadap keputusan berzakat secara online melalui platform fintech. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 26.0. Instrumen pengujian dikatakan valid ketika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 (Riyanto & Hatmawan, 2020).

##### 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan uji untuk mengukur apakah indikator yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Ketika suatu instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten setelah diuji berkali-kali, maka instrumen tersebut dapat dipercaya. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dimana instrumen pengujian tersebut dapat dikatakan andal ketika nilai Cronbach's

Alpha lebih besar daripada 0,60 (Arifin, 2017).

### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Sugiyono, 2013). Metode ini dinyatakan dalam bentuk uraian dari masing-masing variabel yang dilakukan sebagai uji hipotesis.

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan uji yang mensyaratkan kemampuan variabel untuk dibuktikan secara statistik melalui regresi linier berganda dengan memenuhi beberapa asumsi seperti uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisi.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi normalitas data, pada penelitian ini akan dilakukan uji statistik non-parametrik Kolmogorov- Smirnov Test (K-S). Apabila nilai probabilitas signifikan  $K-S \geq 5\%$  atau 0.05, maka data berdistribusi normal (Husein Umar, 2011:180).

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan menyelidiki besarnya inter kolerasi antar variabel

bebasnya. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance Value  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ , Ghozali (2013).

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas sedangkan jika variance dari residual antar pengamatan satu dengan lainnya berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas digunakan analisis dengan uji glejser dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila variabel independen signifikan secara statistik tidak mempengaruhi variabel dependen maka tidak terdapat indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila dari probabilitas signifikasinya diatas 5 %.

#### 3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan variabel pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan (independen), dengan variabel minat zakat *online* melalui OPZ secara *online* (dependen). Model persamaan analisis regresi linier berganda pada

penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat zakat online

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

X1 = Pendapatan

X2 = Religiusitas

X3 = Transparansi

X4 = Akuntabilitas

X5 = Kepercayaan

e = Standar error

### 3.7.5 Uji Statistik T (Uji-t)

Menurut Nachrowi dan Usman dalam Chadhir (2015) menyatakan bahwa uji-T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria berikut:

1. Apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan begitu pun sebaliknya.
2. Apabila nilai T hitung  $\geq T_{tabel}$  maka variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

### 3.7.6 Uji Statistik F (Uji-F)

Uji Statistik F (uji-F) digunakan untuk menguji sejauh mana

variabelindependen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kuncoro dalam Hendri & Setiawan, 2017). Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka, variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya serta nilai Fhitung harus lebih besar jika dibandingkan dengan nilai Ftabel.

### 3.7.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabelindependen terhadap variabel dependen (Yuliara, 2016). Semakin besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, maka semakin tinggi nilai R.

1. Nilai  $R^2$  harus berkisar 0 hingga 1
2. Jika  $R^2 = 0$ , maka tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dengan variable dependen.
3. Jika  $R^2 = 1$ , maka terjadi kecocokan sempurna antara variabel independen yang menjelaskan variabel dependen.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang. Data penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung dan secara online menggunakan google form. Hasil yang diisi oleh responden yaitu 120 kuesioner, dari 120 kuesioner yang disebar dan hanya 100 kuesioner yang dapat diolah karena 20 kuesioner tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Adapun gambaran data kuesioner responden sebagai berikut

**Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner**

N0	Kuisisioner	Jumlah
1	Kuisisioner yang disebar	120
2	Kuisisioner yang tidak kembali	(0)
3	Kuisisioner yang kembali	120
4	Kuisisioner yang tidak lengkap	(20)
5	Kuisisioner yang dapat diolah	100
<b><i>Respon Rate = 100/120*100%</i></b>		<b>83 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan table 4.1 penyebaran kuesioner menghasilkan 100 sampel ini dikelompokkan menurut umur responden, jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan. Data yang tersedia kemudian ditabulasi dan disajikan dengan statistic deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden**

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

<b>Karakteristik</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>JENIS KELAMIN</b>		
Laki-laki	60	60,00
Perempuan	40	40,00
<b>UMUR</b>		
20 – 30 tahun	45	45,00
31 – 41 tahun	35	35,00
42 – 52 tahun	20	20,00
53 – 63 tahun	0	00,00
<b>PEKERJAAN</b>		
Pegawai negeri sipil	20	27,00
Aparatur penegak hukum	10	10,00
Tenaga pengajar	13	13,00
Tenaga kesehatan	15	15,00
Wiraswasta	15	15,00
Wirausaha	27	20,00
<b>PENDIDIKAN</b>		
SMP	0	00,00
SMA	0	00,00
D3	11	11,00
S1	81	81,00
S2	8	8,00
<b>PENDAPATAN</b>		
6- 10 juta	92	92,00
Diatas 10 juta	8	8,00

Berdasarkan pada tabel 4.2 terdapat 100 responden muzakki di Kota Semarang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Sampel tersebut dipilih karena telah memenuhi semua kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian. Dapat dilihat dari tabel diatas berdasarkan jenis kelamin, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdiri dari 60 orang laki-laki atau 60,00% dan 40 orang responden perempuan atau 40,00%.

Berdasarkan kelompok usia, usia responden yang berumur 20 hingga 30 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau 45,00%, kemudian diikuti usia 31-41 tahun sebanyak 35 orang atau 35,00%. Disusul dengan usia 42-52 tahun sebanyak 20 orang atau 20,00%,. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya responden yang ikut berpartisipasi yakni pada usia 20-30 tahun. Banyaknya responden yang berumur relatif lebih muda atau milenial memiliki minat yang tinggi untuk membayar zakat secara *online* karena pada generasi usia milenial sangat mudah beradaptasi dengan teknologi .

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden yang berprofesi sebagai wirausaha. Banyaknya responden yang berprofesi sebagai wirausaha yaitu berjumlah 27 orang atau sebanyak 27,00% dari seluruh responden, dan diikuti oleh responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 20 orang atau sebanyak 20,00%. Sisanya yakni terdiri dari aparaturnya penegak hukum sebanyak 10 orang atau 10,00%, tenaga pengajar sebanyak 13 orang atau sebanyak 13%, tenaga kesehatan sebanyak 15 orang atau sebanyak 15%, dan wiraswasta sebanyak 15 orang atau sebanyak 15%

Berdasarkan tingkat pendidikan. pendidikan responden terbanyak adalah pendidikan S1 yaitu sebanyak 81 orang atau 81,00%,kemudian diikuti dengan pendidikan D3 yaitu sebanyak 11 orang atau 11,00% dan S2 yaitu sebanyak 8 orang atau 8,00 %

Berdasarkan tingkat pendapatan responden sebagian adalah responden yang memiliki pendapatan sebesar 6-10 juta yaitu sebanyak 92 orang atau

sebanyak 92,00% sedangkan reponden dengan pendapatan diatas 10 juta yaitu sebanyak 8 orang atau sebanyak 8,00%.

## 4.2 Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data dimaksudkan untuk menghindarkan adanya bias yang diperoleh dari data penelitian dalam menjelaskan konstruk variabel yang akan diukur. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Jika suatu nilai signifikan  $<$  dari  $\alpha = 0,05$  maka dapat dikatakan valid, sedangkan jika nilai signifikan  $>$  dari  $\alpha = 0.05$  maka dapat dikatakan tidak valid. Hasil analisis dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas**

No	Variabel / Indikator	Sig	Keterangan
1	Minat Zakat <i>Online</i>		
	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
2	Pendapatan		
	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
3	Religiusitas		
	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
4	Transparansi		
	1	0,000	Valid

	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
5	Akuntabilitas		
	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
6	Kepercayaan		
	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur semua variable dalam penelitian ini dinyatakan sebagai item yang valid karena memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Alpha dengan nilai didalam Cronbach Alpha  $> 0,6$  maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan sebaliknya jika nilai didalam Cronbach Alpha  $< 0,6$  maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 4.3 berikut ini.

**Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Minat Zakat <i>Online</i>	0,804	Reliabel
Pendapatan	0,783	Reliabel
Religiusitas	0,817	Reliabel
Transparansi	0,819	Reliabel
Akuntabilitas	0,825	Reliabel
Kepercayaan	0,816	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Reliabel.

#### 4.2.3 Statistik Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui gambaran deskriptif dari responden mengenai variabel – variabel yang digunakan pada penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis indeks yang memiliki tujuan untuk menggambarkan persepsi responden dari item pertanyaan yang diajukan dalam penelitian. Menurut (Ferdinand, 2006) teknik skoring yang dilakukan dalam penelitian ini adalah minimum 1 dan maksimum 4, maka didapatkan rumus indeks perhitungan atas jawaban responden adalah sebagai berikut : Nilai indeks =  $((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5))$  Dimana F1 adalah Frekuensi dari responden yang menjawab 1, F2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2 dan seterusnya sampai F4 untuk frekuensi yang menjawab 4 dari skor yang digunakan pada daftar pertanyaan. Oleh sebab itu angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0 akan tetapi dimulai dari

angka 1 sampai 4, maka indeks yang didapatkan akan dimulai dari angka 10 hingga 100 dengan rentang sebesar 90 sehingga perhitungan Three-box Method (kerangka tiga kotak) dalam menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rentang 90 dibagi tiga menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks adalah sebagai berikut :

10,00 – 40,00 : Rendah

40,01 - 70,00 : Sedang

70,01 – 100,00 : Tinggi

#### 4.2.3.1 Deskripsi variabel pendapatan

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel pendapatan:

**Tabel 4.5 Deskripsi variabel pendapatan**

No	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	X1.1		2	51	47	86.25
2	X1.2		1	46	53	88
3	X1.3		3	42	55	88
4	X1.4	1	4	47	48	85.25
	Jumlah					86,8

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.5 hasil deskripsi variabel pendapatan menunjukkan bahwa pengaruh dari pendapatan terhadap minat zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 86.8. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap

bahwa minat zakat *online* dipengaruhi oleh variabel pendapatan, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi juga oleh variabel diluar pendapatan.

#### 4.2.3.2 Deskripsi variabel religiusitas

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel religiusitas:

**Tabel 4.6 Deskripsi variabel religiusitas**

No	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	X2.1			37	63	90.75
2	X2.2			34	66	91.5
3	X2.3			33	67	91.75
4	X2.4		1	38	61	89.75
		Jumlah				90,93

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.6 hasil deskripsi variabel religiusitas menunjukkan bahwa pengaruh dari religiusitas terhadap perilaku minat zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 90.93. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat zakat *online* dipengaruhi oleh variabel religiusitas, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi juga oleh variabel diluar religiusitas.

#### 4.2.3.3 Deskripsi variabel transparansi

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel transparansi.

**Tabel 4.7 Deskripsi variabel transparansi**

No	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	X3.1		4	58	38	83.5
2	X3.2	1	3	56	40	83.5
3	X3.3		4	55	41	84.25
4	X3.4	1	4	47	48	83.5
	Jumlah					83,68

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.7 hasil deskripsi variabel transparansi menunjukkan bahwa pengaruh dari transparansi terhadap perilaku minat zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 83.68. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat zakat *online* dipengaruhi oleh variabel transparansi, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi juga oleh variabel diluar transparansi.

#### 4.2.3.4 Deskripsi variabel akuntabilitas

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel akuntabilitas:

**Tabel 4.8 Deskripsi variabel akuntabilitas**

No	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	X4.1		6	59	35	82.25
2	X4.2		5	57	38	83.25
3	X4.3		7	56	37	82.5
4	X4.4		9	54	37	77.5
	Jumlah					81,37

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.8 hasil deskripsi variabel akuntabilitas menunjukkan bahwa pengaruh dari akuntabilitas terhadap perilaku minat zakat *online*

yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 81.37. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat zakat *online* dipengaruhi oleh variabel akuntabilitas, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi juga oleh variabel diluar akuntabilitas.

#### 4.2.3.5 Deskripsi variabel kepercayaan

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan:

**Tabel 4.9 Deskripsi variabel kepercayaan**

No	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	X5.1		7	50	43	84
2	X5.2		7	56	37	82.5
3	X5.3		6	49	45	84.75
4	X5.4		6	57	37	82.75
5	X5.5		6	49	45	84.75
Jumlah						100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.9 hasil deskripsi variabel kepercayaan menunjukkan bahwa pengaruh dari kepercayaan terhadap perilaku minat zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 100.00. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa minat zakat *online* dipengaruhi oleh variabel kepercayaan, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi juga oleh variabel diluar kepercayaan.

#### 4.2.3.6 Deskripsi variabel minat zakat *online*

Berikut adalah hasil tanggapan responden terhadap variabel minat zakat *online*:

**Tabel 4.10 Deskripsi variabel minat zakat *online***

	Indikator	STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)	Indeks
		F	F	F	F	
1	Y1		7	64	29	80,5
2	Y2		8	61	31	80,7
3	Y3	2	21	47	30	76,2
4	Y4		9	51	40	82,7
5	Y5		9	51	40	82,7
		Jumlah				100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.10 hasil deskripsi variabel minat zakat *online* menunjukkan bahwa minat zakat *online* yaitu tinggi. Hal ini di buktikan dengan hasil rata – rata yang diperoleh dari responden dengan rentang 10 – 100 indeks yang diperoleh sebesar 100.00. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tinggi dalam minat membayar zakat secara *online*.

#### 4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kebenaran nilai parameter yang dihasilkan oleh model yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier, dimana teknik tersebut harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Hasil pengujian pengaruh asumsi klasik dapat disajikan pada sebagai berikut :

#### 4.2.4.1 Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas dilakukan untuk variabel secara individual dan juga pengujian untuk model regresi. Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan PP Plot. Hasil pengujian normalitas secara dapat dilihat pada gambar pengujian berikut ini.

**Tabel 4.11 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67017420
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,049
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 Diketahui angka dari hasil Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200<sup>d</sup> artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.2.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Pengujian multikolinieritas dilakukan pada model regresi. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Variabel	Uji		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pendapatan	0.750	1.334	Bebas multikolinieritas
Religiusitas	0.902	1.109	Bebas multikolinieritas
Transparansi	0.654	1.530	Bebas multikolinieritas
Akuntabilitas	0.402	2.488	Bebas multikolinieritas
Kepercayaan	0.479	2.087	Bebas multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF yang berada jauh dibawah angka 10, sedangkan nilai Tolerance diatas 0,10, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel-variabel yang digunakan tidak mengandung masalah multikolinieritas.

#### 4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu memiliki homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji spearman. Jika nilai signifikan melebihi 0,05 maka disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kesimpulan
Pendapatan	0,711	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Religiusitas	0,892	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Transparansi	0,742	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Akuntabilitas	0,922	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,869	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan table 4.14 hasil pengujian heteroskedastisitas dengan teknik uji spearman menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan  $> 0,05$ . Hal ini berarti bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas.

#### 4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier, dimana teknik tersebut harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik, yang mana data harus normal, model harus bebas dari multikolinearitas, dan juga terbebas dari heteroskedastisitas. Dari analisis sebelumnya sudah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik, sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Hasil pengujian pengaruh asumsi klasik dapat disajikan pada sebagai berikut.

##### 4.2.5.1 Model Regresi Linier Berganda

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows* versi 26.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan

selanjutnya diringkas sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	2,765	2,138	1,293	,199
	Pendapatan	,008	,125	,062	,951
	Religiusitas	-,045	,116	-,387	,699
	Transparansi	,062	,113	,548	,585
	Akuntabilitas	,339	,138	2,453	,016
	Kepercayaan	,513	,099	5,180	,001

a. Dependent Variable: Minat Zakat Online

Sumber : Out put spss lampiran regresi linier berganda, 2022

Berdasarkan table 4.14 model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat berzakat                      X3 = Transparansi                      α = Konstanta

X1 = Tingkat pendapatan              X4 = Akuntabilitas                      β = Koefisien regresi

X2 = Religiusitas                      X5 = Kepercayaan                      e = Standar error

$$Y = 2.765 + 0,008 X_1 - 0,045 X_2 + 0,062 X_3 + 0,339 X_4 + 0,513 X_5 + e$$

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,765 dan nilai signya 0,199, dapat diartikan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau tetap, maka variabel dependen juga bernilai positif.
2. Koefisien regresi linier berganda pada variabel pendapatan menunjukkan angka positif sebesar 0,008 dan nilai sig 0,951 diatas 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel pendapatan positif dan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.
3. Koefisien regresi linier berganda pada variabel religiusitas menunjukkan angka negatif sebesar -0,045 dan nilai sig 0,699 diatas 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel religiusitas negatif dan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.
4. Koefisien regresi linier berganda pada variabel transparansi menunjukkan angka positif sebesar 0,062 dan nilai sig 0,585 diatas 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel transparansi positif dan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.
5. Koefisien regresi linier berganda pada variabel akuntabilitas menunjukkan angka positif sebesar 0,339 dan nilai sig 0,016 dibawah 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel akuntabilitas positif dan signifikan artinya berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

Dalam hal ini dapat dikatakan juga semakin tinggi akuntabilitas maka semakin tinggi pula minat dalam membayar zakat secara *online*.

6. Koefisien regresi linier berganda pada variabel kepercayaan menunjukkan angka positif sebesar 0,513 dan nilai sig 0,001 dibawah 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel kepercayaan positif dan signifikan artinya berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*. Dalam hal ini dapat dikatakan juga semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula minat dalam membayar zakat secara *online*.

#### 4.2.6 Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan uji t yang diperoleh dari pengolahan data dengan spss, berdasarkan dari table 4.14 adalah sebagai berikut :

##### 1. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji T didapatkan nilai signifikan dari pengaruh pendapatan terhadap minat zakat *online* sebesar 0.951 yang artinya nilai signifikan  $0.951 > 0.05$  sehingga **ditolak** artinya pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat zakat *online*. Ini berarti semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi minat dalam membayar zakat secara *online* akan tetapi tidak signifikan/kuat mempengaruhinya. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu pendapatan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

##### 2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji T didapatkan nilai signifikan dari pengaruh religiusitas terhadap minat zakat *online* sebesar 0.699 yang artinya

nilai signifikan  $0.699 > 0.05$  sehingga **ditolak** artinya religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat zakat *online*. Ini semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi minat dalam membayar zakat secara *online* akan tetapi tidak signifikan/kuat mempengaruhinya. Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu religiusitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

### 3. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji T didapatkan nilai signifikan dari pengaruh transparansi terhadap minat zakat *online* sebesar 0.585 yang artinya nilai signifikan  $0.585 > 0.05$  sehingga **ditolak** artinya transparansi tidak berpengaruh terhadap minat zakat *online*. Ini berarti semakin tinggi transparansi maka semakin tinggi minat dalam membayar zakat secara *online* akan tetapi tidak signifikan/kuat mempengaruhinya. Sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu transparansi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

### 4. Pengujian Hipotesis 4

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji T didapatkan nilai signifikan dari pengaruh akuntabilitas terhadap minat zakat *online* sebesar 0.016 yang artinya nilai signifikan  $0.016 < 0.05$  sehingga **diterima** artinya akuntabilitas berpengaruh terhadap minat zakat *online*. Ini berarti semakin tinggi akuntabilitas maka semakin tinggi minat dalam membayar zakat secara *online* signifikan mempengaruhinya. Sehingga hipotesis keempat pada penelitian ini

yaitu akuntabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

## 5. Pengujian Hipotesis 5

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji T didapatkan nilai signifikan dari pengaruh kepercayaan terhadap minat zakat *online* sebesar 0.001 yang artinya nilai signifikan  $0.001 < 0.05$  sehingga **diterima** artinya kepercayaan berpengaruh terhadap minat zakat *online*. Ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi minat dalam membayar zakat secara *online* signifikan mempengaruhinya. Sehingga hipotesis kelima pada penelitian ini yaitu kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

### 4.2.7 Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354,401	5	70,880	24,127	,000 <sup>b</sup>
	Residual	276,159	94	2,938		
	Total	630,560	99			

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 pengujian dari pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji

F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 24,127 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa secara simultan variabel pendapatan, religiusitas, transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*.

#### 4.2.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

**Tabel 4.16 Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 <sup>a</sup>	,562	,539	1,714
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.16 hasil dari perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,539. Hal ini berarti 53,9% Minat dalam membayar zakat secara *online* dapat dipengaruhi oleh 5 variabel (Pendapatan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan), dan 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*

Hasil pengujian mendapatkan hasil bahwa variabel Pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan individu tidak dapat menjadi factor internal dalam meningkatkan minat dalam membayar zakat secara online. Dalam Al-Qur'an, zakat yang diberikan merupakan bagian dari pendapatan yang diperoleh seseorang, sehingga semakin besar pendapatannya, terdapat hak-hak fakir miskin yang lebih besar dalam pendapatan tersebut. Dalam penelitian ini tidak adanya pengaruh pendapatan terhadap minat membayar zakat secara *online*, dikarenakan tingkat pendapatan tidak dapat dijadikan sebagai acuan sebagai mengukur sebuah minat zakat yang tinggi namun lebih kearah tingkat kesadaran seorang muzakki sehingga mau besar atau kecil tingkat pendapatannya untuk wajib menunaikan zakat profesinya.

Penerapan teori motivasi dalam hal ini yaitu tingkat pendapatan tidak dapat menjadikan sebagai dorongan atau motivasi seorang muzakki untuk menunaikan kewajiban zakat atas profesinya karena tingkat pendapatan baik besar atau kecil tidak dapat dijadikan penentu sebuah minat seseorang dalam membayar zakat secara *online*.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mardiyaturrohmah, 2020), (Lutfiyana, 2017), dan (Rafiuddin, 2019a) yang menemukan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat zakat

*online*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho & Nurkhin, 2019) dan (Abdurrahman, 2019) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

#### **4.3.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online***

Hasil pengujian mendapatkan hasil bahwa variabel Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas individu tidak dapat menjadi factor internal dalam meningkatkan minat dalam membayar zakat secara online. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas tidak dapat dijadikan sebagai acuan sebagai mengukur sebuah minat zakat yang tinggi dikarenakan semakin tingginya tingkat religiusitas belum tentu memiliki jiwa sosial yang tinggi, yang menimbulkan kesadaran diri. Maka apabila seseorang telah baik tingkat religiusitasnya belum menjamin baik pula tingkat kepedulian sosialnya atau kesadaran diri seorang muzakki.

Penerapan teori motivasi dalam hal ini yaitu tingkat religiusitas tidak dapat menjadikan sebagai dorongan atau motivasi seorang muzakki untuk menunaikan kewajiban zakat atas profesinya karena tingkat religiusitas baik tinggi atau rendah tidak dapat dijadikan sebagai penentu sebuah minat seseorang dalam membayar zakat secara *online*.

Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniaputri et al., 2020), (Mardiyaturrohmah, 2020) dan (Nugroho & Nurkhin, 2019) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar

zakat secara *online*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agarwala et al., 2019) dan (Mujaddid & Ramadan, 2019) menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat zakat dalam membayar zakat *online*.

#### **4.3.3 Pengaruh transparansi terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online***

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, ditemukan buktibahwa variabel transparansi tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*. Transparansi *e-zakat* adalah memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada muzakki berdasarkan pertimbangan bahwa muzakki memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggung jawaban pengelola zakat atau amil zakat. Akan tetapi dalam kenyataannya menurut beberapa tanggapan dari responden beranggapan bahwa sistem tersebut masih belum maksimal tingkat transparansinya masih perlu dievaluasi kembali mengenai pelaporan distribusi zakat dan laporan keuangan secara periodik masih belum ada beberapa website zakat online yang tidak menampilkan informasi tersebut, sehingga muzakki masih merasa kurang transparan informasi yang diberikan oleh pengelola zakat *online* atau amil zakat, meskipun masih ada kekurangan dalam pengelolaan zakat online, keadaan tersebut tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara online karena muzakki beranggapan zakat profesi wajib ditunaikan bagi yang sudah memenuhi nishab.

Penerapan teori motivasi dalam hal ini yaitu transparansi tidak dapat menjadikan sebagai dorongan atau motivasi seorang muzakki untuk menunaikan

kewajiban zakat atas profesinya karena tingkat transparansi yang baik maka akan tinggi pula minat untuk membayar zakat secara online begitu pula sebaliknya jika tidak memberikan transparansi yang baik maka rendah dalam minat membayar zakat secara *online*.

Hasil tersebut didukung penelitian-penelitian yang dilakukan oleh (Kabib et al., 2021) dan (maimunah, 2017) menemukan bahwa variabel transparansi tidak berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online* dan didukung oleh penelitian (Karim et al., 2019) dalam hasil penelitiannya membuktikan bahwa *platform* website zakat *online* belum ada satupun dari lembaga zakat yang mengungkapkan secara penuh laporan keuangan sesuai PSAK 109 dan tata kelola amil melalui website. Hanya Baznas yang memenuhi kriteria transparansi yang sangat tinggi, sementara itu dari 9 lembaga amil swasta 5 lembaga memiliki nilai transparansi 60% dan 4 lembaga sisanya memiliki nilai transparansi 50% kebawah artinya tingkat transparansi melalui *platform digital* masih rendah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Septiarini, 2017) dan (Nikmatuniayah et al., 2019) menyatakan bahwa transparansi dapat berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

#### **4.3.3 Pengaruh akuntabilitas terhadap minat dalam membayar zakat secara *online***

Pada penelitian ini, ditemukan bukti yang menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*. Di dalam Islam, akuntabilitas merupakan konsep turunan dari prinsip amanah. Pada konsep ini, amil zakat berkewajiban untuk menyajikan, melaporkan, dan

mengungkapkan segala aktivitas pengumpulan maupun pengelolaan zakat kepada masyarakat luas. Artinya, akuntabilitas dapat mendorong minat dalam membayarkan zakatnya secara *online*. Maka dari itu penerapan teori Motivasi dapat mendukung penelitian ini karena dapat mendorong muzakki untuk menunaikan zakatnya secara *online* atas kemudahan informasi yang didapatkan dari platform zakat *online* tersebut.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nikmatuniyah et al., 2019) dan (Septiarini, 2017) menyatakan bahwa akuntabilitas dapat berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.

#### **4.3.4 Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online***

Pada penelitian ini, ditemukan bukti yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat dalam membayarkan zakatnya secara *online*. Kepercayaan dapat memengaruhi seseorang dalam melakukan transaksi karena tingkat kepercayaan masing-masing individu dapat berbeda. Hal tersebut juga terjadi ketika seseorang memutuskan untuk membayarkan zakatnya, mereka akan memilih tempat penyaluran zakat sesuai dengan tingkat kepercayaannya pada lembaga zakat itu sendiri. Hasil penelitian yang diperoleh membuktikan bahwa semakin besar tingkat kepercayaan muzakki atas suatu platform zakat, maka minat seorang muzakki untuk berzakat melalui platform tersebut juga akan semakin meningkat.

Penerapan teori Motivasi dapat mendukung dalam penelitian ini karena

kepercayaan yang diberikan oleh pengelola zakat atau amil zakat kepada muzakki dapat mendorong untuk minat dalam membayar zakat secara *online*.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khairunnisa et al., 2020) dan (Wiharjo & Hendratmi, 2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat memengaruhi minat seorang muzakki dalam menunaikan zakat. Dengan demikian, menunjukkan bahwa kepercayaan pengelola zakat dapat berpengaruh terhadap minat dalam membayar zakat secara *online*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian, selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pengaruh Pendapatan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa Pendapatan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*
2. Hasil pengujian pengaruh Religiusitas terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*
3. Hasil pengujian pengaruh Transparansi terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa Transparansi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*.
4. Hasil pengujian pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa Akuntabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*
5. Hasil pengujian pengaruh Kepercayaan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online* menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat dalam membayar zakat secara *online*

#### **5.2 Keterbatasan**

Penelitian ini tak lepas dari keterbatasan dalam pelaksanaannya.

### Keterbatasan dalam penelitian

1. Sampel dalam penelitian ini masih didominasi profesi pekerjaan sebagai wirausaha yang mana penghasilannya tidak stabil berbeda dengan pekerjaan profesional.
2. Hasil uji koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 0,539. Hal ini berarti 53,9% Motivasi dalam membayar zakat dapat dipengaruhi oleh 5 variabel (Pendapatan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan), dan 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan keterbatasan penelitian diatas maka untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memfokuskan segi pekerjaan kepada pekerjaan profesional.
2. Menambahkan variabel independen lain untuk meningkatkan nilai koefisien determinasi yaitu misalnya seperti variabel persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) (Siahaan & Prihandoko, 2018) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dalam menggunakan sebuah teknologi website atau aplikasi zakat *online* (Kharisma & Jayanto, 2021)

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, U. (2019). *karakteristik responden dan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat online*. 1–26.
- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32–54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Ahmad, N. N., Tarmidi, M., Ridzwan, I. U., Hamid, M. A., & Roni, R. A. (2017). The Application of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) for predicting the Usage of e-zakat online system. *International Journal of Science and Research*, 3(4), 63–67.
- Amilahaq, F., Wijayanti, P., Mohd Nasir, N. E., & Ahmad, S. (2021). Digital platform of zakat management organization for young adults in indonesia. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1194 AISC, 454–462. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-50454-0\\_46](https://doi.org/10.1007/978-3-030-50454-0_46)
- Andriyanto, I. (2016). *Strategi pengelolaan zakat dalam pengentasan kemiskinan*. 19, 25–46.
- APJII. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020*.
- Aries, I., Iwan, T., & M., A. (2017). *Hubungan pemahaman akuntabilitas, money dan good governance*. 1(2), 151–166.
- Assa, H., & Pramono, S. (2019). *Kenapa muzakki percaya kepada lembaga amil*. 7(April), 81–100.
- BAZNAS. (2020). *Statistik zakat nasional Tahun 2019*. BAZNAS- Sub Divisi Pelaporan.

- BPS. (2020a). *Jumlah Penduduk Indonesia Pada Tahun 2020*.
- BPS. (2020b). *Persentase penduduk miskin Tahun 2020*.
- Fitriani, A. (2017). Peran Religiusitas Dalam mempengaruhi minat zakat. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, xi(1), 57–80.
- Ghaffari, M. . (2017). Respon Wajib Pajak Terhadap Zakat Sebagai Pengurang Penghasilan Kena Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Kebayoran Bari Tiga). *UIN SYARIEF HIDAYATULLAH*.
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Karim, N. K., Sasanti, E. E., Lenap, I. P., & Sari, N. K. (2019). *Tranparansi dan akuntabilitas pengelolaan dan zakat berbasis website pada lembaga pengelola zakat di Indonesia*. 18(2), 13–28.
- Kaslam, S. (2019). Governing Zakat as a social institution: the Malaysian perspective. *Social and Management Research Journal*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.24191/smrj.v6i1.5166>
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., Rini, N., Indonesia, U., & Yarsi, U. (2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 6 ( 02 ), 2020 , 284-293 *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia*. 6(02), 284–293.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES:*

*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56.

<https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>

Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134>

Lutfiyana, N. (2017). *pengaruh pengetahuan zakat, pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Pekanbaru.*

maimunah, nur, A. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat, infaq dan sedekah melalui lembaga amil zakat di Yogyakarta.*

Mardliyaturrohman, B. (2020). *Pengaruh pemahaman zakat, pendapatan, religiusitas, kepercayaan, dan lingkungan sosial Muzaki terhadap minat membayar zakat: studi pada pemilik kos di RW 05 ....* <http://digilib.uinsby.ac.id/42257/>

Martono, S., Nurkhin, A., Lutfhiyah, F., & Rofiq, A. (2019). *The Relationship Between Knowledge , Trust , Intention to Pay Zakah , and Zakah-Paying Behavior.* 10(2), 75–81. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n2p75>

Mujaddid, A., & Ramadan, G. R. (2019). Faktor Religiusitas dalam Membayar Pajak & Zakat. *InFestasi: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 15(2), 98–110.

Munirul, M. (2017). *Pengaruh transparansi dan akuntabilitas pengelolaan zakat terhadap minat muzakki di rumah zakat cabang semarang.*

- Nawawi, H. (2017). *Teori Motivasi*.
- Nikmatuniayah, Marliyati, & Lilis, A. mardiana. (2019). *Effects of Accounting Information Quality , Accountability , and Transparency on Zakat Acceptance*. 33(1), 62–73.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019a). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Nugroho, & Nurkhin. (2019b). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Mi- nat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Se- sebagai Variabel Moderasi*. 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Prof.Dr.Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif , kualitatif dan r & d*. 456.
- Rafiuddin. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat berzakat di UPZ Kecamatan Ganra*.
- Rahman, T. (2017). *Akuntansi zakat, infak dan sedekah ( PSAK 109 ) : Upaya Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat ( OPZ )*. 6(109), 141–164.
- Safira, hidayah nurul. (2018). *Tinjauan hukum islam terhadap pembayaran zakat online*. 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902><http://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009><http://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514->

9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-

1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2%0Ahttp://dx.doi.org/1

Satrio, E., & Dodik, S. (2017). *Analisis Faktor Pendapatan , Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui*. 1–22.

Septiarini. (2017). *Effect of transparency and accountability on collecting zakat, infaq and shodaqoh funds at LAZ in Surabaya*.

Siahaan, M. D. L., & Prihandoko. (2018). *Mengukur tingkat kepercayaan sistem zakat online menggunakan TAM di Kalangan masyarakat kampus*. 151(2), 10–17.

Siti, M. (2020). *Pelaksanaan Zakat Secara Online Pada Badan Amil Zakat Nasional Kotabumi Lampung Utara*.

Sugiyono. (2017). *Explanatory Research*.

Syariah, B., & Syukron, A. (2017). *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*.

Tsani, N. muslihati. (2017). *Pengaruh Religiositas dan Pendapatan Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui BAPELURZAM (Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah) PCM Weleri Kendal*.

Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). *Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-zakat pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang*. 7(1), 105–112.

Wahid, H., & Ahmad, S. (2017). *Factors influencing the confidence level of the zakat distribution: Study on the muslim community in Selangor*.

Wiharjo, B., & Hendratmi, A. (2017). *Persepsi penggunaan zakat online di Indonesia*. 44(8), 2019. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

- Yahya, I. (2017). *Akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuanagan daerah*.
- Yosi, endahwati dian. (2017). *Akuntabilitas pengelolaan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS)*. 2, 1356–1379.
- Yuningsih, Abdillah, & M., N. (2017). *Pengaruh Faktor Pendapatan, Pengetahuan Zakat Dan Kredibilitas Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Pengelola Zakat (Kecamatan Medan Satria Kota Bekasi)*.
- Yunus, M. (2017). *Mengeluarkan zakat di Baitul Mal ( Studi kasus pada pedagang pasar Los Lhokseumawe )*.

