

TESIS

**DETERMINAN MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT:
STUDI PADA MUZAKKI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT
(OPZ) MALANG RAYA**

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si

Dr. Umi Julaihah, SE., M.Si



Oleh:

Amiruddin

NIM. 230504210013

MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan Judul ***“DETERMINAN MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT: STUDI PADA OPZ MALANG RAYA”*** oleh Amiruddin (NIM: 230504210013) Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

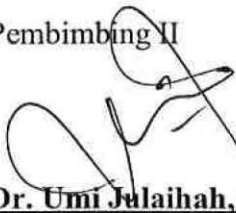
Pembimbing I



Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si.

NIP 197509062006041001

Pembimbing II



Dr. Umi Julaihah, SE., M.Si.

NIP 197907282006042002

Mengetahui:

Ketua program studi



Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D

NIP 197511091999031003

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

Dewan penguji tesis saudara Amiruddin, NIM 230504210013, Mahasiswa Program Studi
Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
dengan judul:

DETERMINAN MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT: STUDI PADA MUZAKKI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT (OPZ) MALANG RAYA

Telah diperfahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 12 Desember 2025

Dewan Penguji:

1. **Dr. Maretha Ika Prajawati, M.M., CIFA**
NIP. 198903272018012002

(.....)
Penguji I

2. **Dr. Ir. H. Masyhuri, M.P**
NIP. 197601182009011003

(.....)
Penguji II

3. **Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si.**
NIP. 19750426201608012042

(.....)
Pembimbing I

4. **Dr. Umi Julaihah, SE., M.Si.**
NIP. 197907282006042002

(.....)
Pembimbing II



Mengetahui,
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. N. Agus Maimun, M.Pd.
NIP. 19650817199831003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amiruddin

NIM : 230504210013

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Determinan Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat: Studi
Pada Muzakki OPZ Malang Raya

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah atau penelitian yang pernah dilakukan atau dibuat oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan dicantumkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa dalam hasil penelitian ini terdapat unsur-unsur penjiplakan atau klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 01 Oktober 2025

Hormat saya,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and '5968BAMX387688378'. The word 'TEMPER' is also visible on the stamp.

Amiruddin

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan judul **“DETERMINAN MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT: STUDI PADA MUZAKKI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT (OPZ) MALANG RAYA”**

Penulisan tesis ini merupakan bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada Program Magister Ekonomi Syariah, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses yang dilalui merupakan perjalanan intelektual yang penuh tantangan, refleksi, serta pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

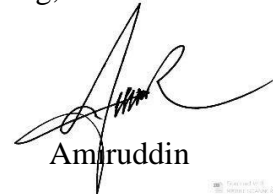
Terselesaikannya tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, S.E., Msi., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Siswanto M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pertama dalam penulisan tesis ini
5. Ibu Dr. Umi Julaihah, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam penulisan tesis ini
6. Seluruh staf tata usaha, pegawai, karyawan, serta dosen di lingkungan Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tentunya tidak dapat disebutkan penulis sebutkan satu per satu. Terima kasi h atas segala kemudahan dalam memberikan layanan akademik selama penulis menempuh studi.

7. Kepada, orang tua tercinta, terima kasih atas kasih sayang, doa yang tak henti, dan pengorbanan yang menjadi pondasi utama dalam hidup penulis. Semoga Allah membalas segala kebaikan dengan keberkahan yang tak terhingga.
8. Kepada rekan mahasiswa magister ekonomi syariah 23 yang telah menempuh perjalanan studi bersama selama dua tahun, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, serta berbagai pengalaman berharga yang telah dilalui bersama. Semoga silaturahmi dan hubungan baik yang telah terjalin senantiasa terjaga di masa yang akan datang.

Penulis sadar bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah. Akhirnya, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin memperdalam pemahaman mengenai disiplin ilmu ekonomi syariah lebih khususnya ekonomi pembangunan islam.

Malang, 30 Oktober 2025



Amiruddin

MOTTO

العلمُ سلطانٌ، من لم يكن له سلطانٌ، كان العجزُ سلطانه

“Ilmu adalah kekuasaan, siapa yang tak punya kekuasaan ilmu, maka kelemahanlah yang menguasainya.”

“Pada akhirnya setiap orang harus sadar, bahwa ilmu merupakan kekuatan yang hakiki. Tanpanya, seseorang akan mudah dikuasai oleh kelemahan dan kebingungan dalam menghadapi hidup. Mereka yang berhenti belajar, sejatinya sedang menyerahkan kendali hidupnya pada keadaan. Karena ketidakmampuan bukanlah takdir, melainkan akibat dari memilih untuk tidak tumbuh. Maka belajar bukan sekadar kewajiban, tapi kebutuhan agar kita tetap berdiri tegak, berpikir jernih, dan tidak diperintah oleh kebodohan”

HALAMAN TRANSLITERASI

ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Menurut kamus besar Indonesia, transliterasi atau alih huruf adalah penggantian huruf dari huruf abjad yang satu ke abjad yang lain (terlepas dari lafal bunyi kata yang sebenarnya).

A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam pedoman ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	-	tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	ṣā'	ṣ	s dengan satu titik di atas
ج	jīm	J	-
ح	ḥā'	ḥ	h dengan satu titik di bawah
خ	khā'	Kh	-
د	dāl	D	-
ذ	ẓāl	Ẓ	z dengan satu titik di atas
ر	rā'	R	-
ز	zāi	Z	-
س	sīn	S	-
ش	syīn	Sy	-
ص	ṣād	ṣ	s dengan satu titik di bawah
ض	ḍād	ḍ	d dengan satu titik di bawah

ط	ṭā'	ṭ	t dengan satu titik di bawah
ظ	ẓā'	ẓ	z dengan satu titik di bawah
ع	‘ain	‘	koma terbalik
غ	gain	G	-
ف	fā'	F	-
ق	qāf	Q	-
ك	kāf	K	-
ل	lām	L	-
م	mīm	M	-
ن	nūn	N	-
ه	hā'	H	-
و	wāwu	W	-
ء	hamzah	tidak dilambangkan atau '	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā'	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, ditulis rangkap.

Contoh: رَبَّنَا ditulis = *rabbanâ*

C. *Tā' marbūṭah* di akhir kata

Transliterasinya menggunakan:

1. *Tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

Contoh: طَلْحَة ditulis = *ṭalhah*

1. Pada kata yang terakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis = *rauḍah al-atfāl*

3. Bila dihidupkan ditulis t.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis = *rauḍatul atfāl*

Huruf *ta marbutah* di akhir kata dapat dialihaksarakan sebagai t atau dialihbunyikan sebagai h (pada pembacaan waqaf/berhenti). Bahasa Indonesia dapat menyerap salah satu atau kedua kata tersebut.

Transliterasi	Transkripsi waqaf	Kata serapan
Haqiqat	Haqiqah	Hakikat
mu'amalat	mu'amalah	muamalat, muamalah ¹
mu'jizat	mu'jizah	Mukjizat
Musyawarat	Musyawarah	musyawarat, musyawarah ¹
ru'yat	ru'yah	rukyat, ¹ rukyah
Shalat	Shalah	Salat
Surat	Surah	surat, ² surah ^{1, 3}
syari'at	syari'ah	syariat, ¹ syariah

Catatan:

1. Penulisan kata yang disarankan oleh KBBI.
2. Kata 'surat' bermakna umum.
3. Kata 'surah' bermakna khusus. Kata ini yang disarankan oleh KBBI jika yang dimaksud adalah surah Alquran

DAFTAR ISI

COVER.....	1
LEMBAR PERSETUJUAN.....	1
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
1. Manfaat Bagi Lembaga.....	13
2. Manfaat Bagi Pihak Lain	14
3. Manfaat Bagi Peneliti	14
4. Manfaat bagi Akademik.....	14
E. Originalitas dan Penelitian Terdahulu.....	14
1. Originalitas	14
2. Penelitian Terdahulu	15
BAB II KAJIAN TEORI.....	20
A. Landasan Teori	20
1. Theory of Reasoned Action (TRA)	20
2. Sikap (Attitude)	23
3. Norma Subyektif (Subyektif Norm).....	28
4. Minat	32
5. Kepercayaan	36
6. Literasi Zakat.....	37
7. <i>Emotional Disconnect</i>	41
8. Zakat.....	45
B. Pengembangan Hipotesis	52
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Sikap dalam Membayar Zakat	53
2. Pengaruh Literasi Zakat terhadap Sikap dalam Membayar Zakat	54
3. Sikap Berpengaruh terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar	

Zakat.....	54
4. Norma Subyektif Berpengaruh Terhadap terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat.....	55
5. Sikap Memediasi Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzakki dalam dalam Membayar Zakat.....	56
6. Sikap Memediasi Pengaruh Literasi Zakat terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat.....	57
7. <i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Sikap terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat.....	58
8. <i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Norma Subyektif terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat.....	59
C. Kerangka Model Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	62
B. Lokasi Penelitian.....	62
C. Populasi dan Sampel	63
D. Teknik Pengumpulan Sampel	64
E. Data dan Jenis Data.....	65
F. Teknik Pengumpulan Data	66
G. Definisi Operasional Variabel	66
1. Variabel Bebas (independent)	67
2. Variabel Terikat (dependent).....	67
3. Variabel Mediasi.....	67
4. Variabel Moderasi	68
H. Instrumen Penelitian	69
I. Teknik Analisis Data.....	71
J. Uji Hipotesis.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	77
A. Gambaran Umum Penelitian	77
B. Profil Demografis Umum Responden	79
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	81
D. Analisis Data Menggunakan Metode PLS-SEM.....	87

BAB V PEMBAHASAN.....	100
A. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya.....	100
B. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya.....	102
C. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	104
D. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Sikap Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya.....	106
E. Sikap Memediasi Kepercayaan dan Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya.....	109
F. Sikap Memediasi Literasi Zakat Terhadap Sikap Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	112
G. <i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Sikap Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	115
H. <i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	120
BAB VI.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Keterbatasan	127
C. Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Potensi Zakat di Indonesia Tahun 2023	2
Tabel 1.2 Data Muzakki dan Pembayaran ZIS OPZ Malang Raya 2024	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Kuesioner	61
Tabel 3.2 Instrumen Indikator Variabel Penelitian	64
Tabel 4.1 Data Muzakki dan Pembayaran ZIS OPZ Malang Raya 2024	70
Tabel 4.2 Profil Demografis Responden Populasi Umum	72
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	73
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Literasi Zakat.....	75
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Sikap	74
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Norma Subjektif	76
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Emotional Disconnect</i>	77
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat	78
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Model Pengukuran.....	80
Tabel 4.10 Uji Validitas Diskriminan dengan Metode Cross Loading.....	83
Tabel 4.11 R-Square.....	84
Tabel 4.12 Uji Kelayakan Model (Model Fit Test).....	85
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung	86
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Moderating Effect.....	88
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Moderating Effect.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram model TRA	17
Gambar 2.2 Kerangka Model	62

ABSTRAK

Amiruddin, 2025, Determinan Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat: Studi Pada Muzakki Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Malang Raya. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing I: Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si., Pembimbing II: Dr. Umi Jualaihah, SE., M.Si.

Kata kunci: Kata kunci: Kepercayaan, Literasi zakat, Sikap, Norma subjektif, *Emotional disconnect*, Minat muzakki, Organisasi Pengelola Zakat.

Potensi zakat di Indonesia sangat besar seiring dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia, namun realisasi penghimpunan zakat oleh organisasi pengelola zakat (OPZ) yang mencakup berbagai jenis zakat, baik fitrah maupun mal masih tergolong rendah, termasuk di wilayah Malang Raya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi yang dapat menghambat peran zakat dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor penentu minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ dengan menggunakan Theory Reasoned Action dan menambahkan kepercayaan dan literasi zakat serta *emotional disconnect* sebagai variabel moderasi. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner disebarkan secara luas untuk memperoleh 400 sampel muzakki yang valid di wilayah Malang Raya. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.1.1.4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap sikap muzakki. Selanjutnya, sikap dan norma subjektif masing-masing berpengaruh langsung terhadap minat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui OPZ. Selain itu, sikap berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Kepercayaan dan literasi zakat terhadap minat, sedangkan *emotional disconnect* memoderasi hubungan antara sikap dan norma subjektif terhadap minat. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan Kepercayaan publik, literasi zakat serta pengelolaan aspek emosional dan norma sosial dalam membentuk sikap positif guna mendorong optimalisasi penghimpunan zakat bagi kesejahteraan masyarakat.

الملخص

أمير الدين، 2025، محددات اهتمام المزي في دفع الزكاة: دراسة على مؤسسات إدارة الزكاة في منطقة مالانج رايا. أطروحة، برنامج ماجستير الاقتصاد الإسلامي، الدراسات العليا، جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف الأول: الأستاذ الدكتور الحاج سيسوانتو، ماجستير العلوم، المشرف الثاني: الدكتورة أمي جلايحه، بكالوريوس الاقتصاد، ماجستير العلوم

الكلمات المفتاحية: الثقة، الثقافة الزكوية، الموقف، المعايير الذاتية، الانفصال العاطفي، نية المزي، مؤسسة إدارة الزكاة.

يُعدّ حجم الزكاة في إندونيسيا كبيراً نظراً لكونها أكبر دولة من حيث عدد السكان المسلمين في العالم، إلا أن تحصيل الزكاة من خلال مؤسسات إدارة الزكاة لا يزال منخفضاً، بما في ذلك في منطقة مالانج رايا. ويعكس هذا الوضع وجود فجوة بين الإمكانيات والتحصيل الفعلي، مما قد يعيق دور الزكاة في الحد من الفقر وتعزيز رفاه المجتمع. ويشير انخفاض التحصيل إلى أهمية فهم العوامل المؤثرة في سلوك ونية المزي في دفع الزكاة عبر المؤسسات الرسمية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العوامل المحددة لنية المزي في دفع الزكاة عبر مؤسسات إدارة الزكاة، بالاعتماد على نظرية الفعل المتعقل (Theory of Reasoned Action)، مع إضافة متغير الثقة والثقافة الزكوية، ومتغير الانفصال العاطفي كمتغير مُعدّل. وتعتمد الدراسة على منهج كمي باستخدام المسح الميداني لعدد 400 من المزي في منطقة مالانج رايا. وتم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) عبر برنامج SmartPLS 4.1.1.4.

أظهرت النتائج أن الثقة والثقافة الزكوية تؤثران بشكل معنوي على موقف المزي. كما تبين أن الموقف والمعايير الذاتية يؤثران تأثيراً مباشراً في نية المزي لدفع الزكاة من خلال مؤسسات إدارة الزكاة. إضافة إلى ذلك، يلعب الموقف دور الوسيط في العلاقة بين الثقة والثقافة الزكوية من جهة والنية من جهة أخرى، بينما يقوم الانفصال العاطفي بتعديل العلاقة بين الموقف والمعايير الذاتية وبين النية. وتؤكد هذه النتائج أهمية تعزيز ثقة الجمهور، وزيادة الثقافة الزكوية، وإدارة الجانب العاطفي والاجتماعي بغية تشكيل مواقف إيجابية تسهم في تحسين تحصيل الزكاة لصالح رفاه المجتمع.

ABSTRACT

Amiruddin, 2025. Determinants of Muzakki's Intention to Pay Zakat: An Empirical Study of Zakat Payers in Zakat Management Organizations (OPZ) of Malang Raya. Thesis, Master's Program in Islamic Economics, Postgraduate School, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor I: Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si. Advisor II: Dr. Umi Jualaihah, SE., M.Si.

Keywords: Trust, Zakat literacy, Sikap, Subjective norm, *Emotional disconnect*, Muzakki's intention, Zakat Management Organization.

The potential for zakat collection in Indonesia is remarkably high, given its status as the country with the largest Muslim population in the world. However, the realization of zakat collection through zakat management organizations (OPZ) remains relatively low, including in the Greater Malang area.. This condition reflects a gap between potential and actual collection, which may hinder the role of zakat in reducing poverty and promoting social welfare. The low realization indicates the importance of understanding the factors that influence muzakki's behavior and intention in paying zakat through official institutions.

This study aims to analyze the determinants of muzakki's intention to pay zakat through zakat management organizations (OPZ) by employing the Theory of Reasoned Action (TRA) and incorporating trust and zakat literacy, with emotional disconnect as a moderating variable. The study employs a quantitative approach using a survey method involving 400 muzakki respondents in the Malang Raya region. Data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS- SEM) with SmartPLS 4.1.1.4.

The results showed that trust and zakat literacy had a significant effect on muzakki's sikap. Furthermore, sikap and Subjective norm each had a direct effect on the intention of muzakki to pay zakat through OPZ. In addition, sikap acted as a mediating variable in the relationship between trust and zakat literacy on intention, while emotional disconnect moderated the relationship between sikap and Subjective norm on intention. These findings highlight the importance of enhancing public trust, improving zakat literacy, and managing emotional as well as social-norm factors to foster positive sikap and optimize zakat collection for equitable social welfare.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Sensus BPS (2023) sebanyak 236,53 juta jiwa atau 86,88 persen dari total penduduk Indonesia beragama Islam. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa potensi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah sangat besar. Zakat, infak dan sedekah (ZIS) tidak hanya bernilai ibadah, tetapi juga memiliki fungsi sosial dalam mendistribusikan kekayaan dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Jika dikelola secara profesional oleh lembaga zakat yang terpercaya maka ZIS dapat menjadi kekuatan ekonomi yang mendukung program pemerintah dan mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat (Irawan et al., 2023).

ZIS diyakini sebagai salah satu solusi dalam mengatasi ketimpangan dan kesenjangan sosial sekaligus mendorong terciptanya redistribusi kekayaan yang lebih adil. Oleh karena itu, lembaga pengelola zakat memegang peran penting dalam memastikan pengelolaan dana ZIS dapat berjalan secara efektif (Yerrou et al., 2023). Untuk memaksimalkan potensi tersebut, lembaga zakat perlu menyusun strategi yang matang serta menghadirkan inovasi dalam setiap programnya. Hal ini penting karena masyarakat cenderung lebih tertarik pada program yang nyata dan dapat dirasakan langsung manfaatnya, terutama jika dikemas secara kreatif dan disertai pendekatan yang intensif (BAZNAS, 2024)

Ajaran Islam mengatakan bahwa hubungan saling membantu sangat dianjurkan di lingkungan sosial. Oleh sebab itu hendaknya zakat harus dibayar

oleh semua masyarakat apabila harta yang telah diperoleh telah mencapai nisabnya, sehingga nilai- nilai agama dan sosial dapat tercerminkan dengan baik. Beberapa ayat dalam Alqur'an juga menyebut tentang zakat salah satunya yakni Al-quran Surat At-Taubah ayat 103 yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah: 103)

Keaktifan lembaga pengelolaan zakat (amil) diperlukan untuk meningkatkan semua pelayanan kepada masyarakat dalam membayar zakat serta meningkatkan peran dan fungsi agama untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan hasil dan daya guna zakat untuk mewujudkan pemerataan pendapatan ekonomi di masyarakat. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah lembaga perantara ZIS yang bertugas mengumpulkan dana dari muzakki serta memberikan dana zakat kepada mustahiq sesuai dengan aturan agama. Melihat Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar menjadi potensi bagi lembaga zakat untuk mengumpulkan dan zakat dari muzakki (Safitri & Suryaningsih, 2021).

Tabel 1.1 Potensi Zakat di Indonesia Tahun 2024 (Satuan Triliun)

No.	Objek Zakat	Potensi Zakat
1.	Zakat Pertanian	19,79
2.	Zakat Peternakan	9,51
3.	Zakat Tabungan dan Deposito	58,76
4.	Zakat Penghasilan dan Jasa	
	- Zakat ASN	9,15
	- Zakat Individu Non ASN	129,8
5.	Zakat Badan (Perusahaan)	99,99
Total Potensi Dana Zakat		327

Sumber: BAZNAS (2024)

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa potensi dana zakat di Indonesia mencapai Rp327 triliun yang mencerminkan peluang besar dalam pengelolaan zakat nasional secara optimal dan berkelanjutan. Namun realisasi penghimpunannya pada tahun 2024 baru mencapai Rp40,53 triliun yang menunjukkan masih adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi dan realisasi. Mayoritas dana ZIS belum tersalurkan secara maksimal melalui lembaga resmi, sehingga capaian penghimpunan tersebut baru merepresentasikan sebagian kecil dari total potensi zakat nasional (PUSKAS, 2024).

Penghimpunan ZIS di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2024 tercatat sebesar Rp592.630.813.942 dengan jumlah muzakki mencapai 4.700.513 orang. Capaian ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran sebagian masyarakat dalam menunaikan kewajiban berzakat melalui OPZ. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan potensi zakat di Jawa Timur yang diperkirakan melebihi Rp30 triliun, angka realisasi tersebut masih tergolong rendah. Fenomena ini sejalan dengan tren nasional, di mana realisasi penghimpunan zakat secara keseluruhan baru mencapai sekitar 21,7% dari total potensi yang ada. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan signifikan

antara potensi dan realisasi penghimpunan zakat di tingkat provinsi maupun nasional.

Kondisi demografis dan perkembangan wilayah Malang Raya yang meliputi Kabupaten Malang, Kota Malang, dan Kota Batu menggambarkan dinamika urbanisasi dan pertumbuhan wilayah yang cukup signifikan di Jawa Timur. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur (BPS Jatim, 2024), jumlah total penduduk di ketiga wilayah tersebut mencapai 3.816.570 jiwa pada tahun 2024. Kabupaten Malang masih menjadi wilayah dengan jumlah penduduk terbesar, disusul oleh Kota Malang sebagai pusat pendidikan dan perdagangan, serta Kota Batu yang dikenal sebagai kawasan wisata unggulan. Pertumbuhan penduduk ini menciptakan potensi ekonomi dan sosial yang besar, termasuk dalam konteks pengumpulan dan pengelolaan zakat

Berdasarkan data OPZ jumlah muzakki yang menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi di wilayah ini hanya sebanyak 40.120 orang. Angka ini menunjukkan tingkat partisipasi yang masih sangat rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang mayoritas beragama Islam. Rendahnya tingkat partisipasi muzakki di Malang Raya menjadi salah satu indikator bahwa potensi zakat di daerah ini belum tergarap secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi muzakki serta strategi peningkatan penghimpunan ZIS di wilayah Malang Raya.

Tabel 1.2 Data Muzakki dan Pembayaran ZIS OPZ (Malang Raya) 2024

Organisasi Pengelola Zakat	Capaian per tahun 2024 (Rp)			Jumlah Muzakki
	Zakat	Infaq/sedekah	Total	
BAZNAS Kabupaten Malang	8,313,721,909	3,268,491,312	11,582,213,221	12,832
BAZNAS Kota Malang	580,342,698	1,370,490,253	1,950,832,951	1,649
LAZ Yasa Malang	1,084,466,250	1,093,038,577	2,177,504,827	5,781
LAZISKHU Sawojajar	122,246,866	1,132,072,654	1,254,319,520	1,439
BAZNAS Kota Batu	297,064,122	1,138,379,208	1,435,443,330	18,419
Total ZIS dan Muzakki Malang Raya 2024			18,400,313,849	40,120

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dari table 1.2 dapat dilihat BAZNAS Kabupaten Malang pada tahun 2024 berhasil menghimpun dana ZIS sebesar Rp11.582.213.221 dari 12.832 muzakki, dengan rincian zakat Rp8.313.721.909 dan infaq/sedekah Rp3.268.491.312. Dengan jumlah penduduk terbesar di Malang Raya, capaian ini menandakan bahwa BAZNAS Kabupaten Malang menjadi OPZ utama dalam penghimpunan dana sosial keagamaan di wilayahnya, namun jumlah muzakki yang berpartisipasi masih jauh dari total populasi yang berpotensi wajib zakat (PUSKAS, 2023).

BAZNAS Kota Malang mencatat penghimpunan ZIS sebesar Rp1.950.832.951 dari 1.649 muzakki, terdiri dari zakat Rp580.342.698 dan infaq/sedekah Rp1.370.490.253. Dengan jumlah penduduk Kota Malang sebanyak 885.271 jiwa, tingkat partisipasi muzakki melalui BAZNAS Kota Malang masih sangat rendah, menandakan perlunya strategi peningkatan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

LAZ Amal Sosial As-Shohwah Malang menghimpun dana ZIS sebesar Rp2.177.504.827 dari 5.781 muzakki,. Jumlah muzakki yang cukup signifikan ini menunjukkan keberhasilan LAZ As-Shohwah dalam membangun jaringan dan kepercayaan masyarakat. Selain itu LAZ Khoiru Ummah Sawojajar mengumpulkan dana ZIS sebesar Rp1.254.319.520 dari 1.439 muzakki, meskipun secara persentase masih kecil dibandingkan potensi penduduk Muslim di Kota Malang. Capaian ini memperlihatkan bahwa kontribusi infaq/sedekah masih sangat dominan di LAZ Kota Malang dan partisipasi muzakki masih perlu terus ditingkatkan.

BAZNAS Kota Batu mencatat penghimpunan ZIS sebesar Rp1.435.443.330 dari 18.419 muzakki, terdiri dari zakat Rp297.064.122 dan infaq/sedekah Rp1.138.379.208. Dengan jumlah penduduk 220.196 jiwa, tingkat partisipasi muzakki di Kota Batu relatif tinggi secara persentase, akan tetapi nominal penghimpunan zakat masih lebih kecil dibandingkan infaq/sedekah serupa dengan pola di OPZ lain di Malang Raya

Beberapa faktor yang menyebabkan realisasi jumlah zakat yang terkumpul tidak ideal karena beberapa alasan, seperti ketidaktahuan cara membayar zakat. Sebagian orang masih tidak tahu bahwa mereka harus membayar zakat atas gaji mereka; sebagian besar orang hanya tahu bahwa zakat hanya berlaku selama bulan Ramadhan. Muzakki tidak menyadari dan tidak ingin membayar zakat. Salah satu alasan adalah bahwa harta tidak memerlukan zakat karena dianggap sebagai hasil usaha sendiri. Namun setiap orang yang memiliki harta tetap memiliki hak tertentu terhadap orang lain. Oleh karena itu, setelah mencapai nisab, setiap pendapatan muzakki harus

membayar zakatnya (Jibu et al., 2022). Selain faktor tersebut masyarakat juga tidak percaya lembaga zakat.

Masyarakat cenderung memilih untuk mengeluarkan zakatnya langsung kepada mustahik karena mereka tidak percaya pada lembaga yang ada (Ulum & Cahyono, 2020). Ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat sering kali dipicu oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kurangnya amanah dan tanggung jawab dari lembaga yang mengelola zakat, sehingga masyarakat merasa ragu akan kemampuan lembaga dalam mendistribusikan zakat dengan baik (Rahmaningtyas et al., 2020). Selain itu, persepsi negatif dan norma subyektif yang berkembang di kalangan masyarakat juga menjadi penghalang. Oleh karena itu, penting bagi lembaga untuk membangun citra positif mengenai akuntabilitas mereka agar kepercayaan masyarakat dapat meningkat (Mash'Amah et al., 2023).

Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA), sikap terhadap suatu perilaku berperan langsung dalam membentuk intensi atau niat untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen & Fishbein, 1980). Ketika seseorang memiliki sikap yang positif terhadap zakat—menganggapnya sebagai kewajiban penting dan bernilai manfaat—maka kecenderungan untuk memiliki niat membayar zakat akan semakin kuat. Selain itu, TRA juga menekankan peran norma subjektif, yaitu dorongan atau harapan dari lingkungan sosial. Semakin kuat pengaruh orang-orang terdekat, tokoh agama, maupun komunitas, semakin besar pula kecenderungan individu untuk menunaikan zakat melalui Lembaga. Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa mekanisme TRA belum sepenuhnya berjalan, karena

meskipun sikap positif dan norma subjektif seharusnya mendorong niat membayar zakat, realisasi zakat melalui lembaga di Malang Raya tetap rendah. Karena itu, penguatan sikap dan norma subjektif perlu ditingkatkan agar minat membayar zakat melalui lembaga dapat berkembang.

Studi yang dilakukan oleh Haji Othman et al. (2022) dan Mahendra et al. (2021) menunjukkan bahwa individu dengan sikap yang lebih positif terhadap zakat cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menunaikan kewajiban zakat mereka. Tetapi Ur Rehman et al. (2021) dan Saputri (2021) menyatakan bahwa meskipun sikap positif dapat meningkatkan niat membayar zakat faktor eksternal seperti keterbatasan akses terhadap lembaga zakat dan informasi yang tidak memadai masih menjadi kendala utama. Penguatan sikap positif terhadap zakat perlu dilakukan secara serius dengan tetap memperhatikan pengaruh faktor-faktor eksternal yang dapat menentukan sejauh mana sikap tersebut efektif dalam meningkatkan minat membayar zakat melalui lembaga resmi.

Norma subjektif juga memegang peranan penting dalam mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zakat. Berdasarkan TRA norma subjektif merujuk pada persepsi individu terhadap harapan orang lain (Ajzen & Fisbein, 1980). Dalam konteks zakat, norma subjektif merujuk pada pengaruh sosial seperti keluarga dan lingkungan sekitar yang dapat mendorong seseorang dalam menunaikan kewajiban zakat. Dukungan ini dapat memperkuat niat individu untuk membayar zakat, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Maulidia & Mukhlis (2022) menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki hubungan positif dengan minat membayar zakat karena

individu cenderung mengikuti norma berlaku di komunitas mereka. Namun Anam & Haq (2022) juga menekankan bahwa norma subjektif ini tidak selalu bersifat universal. Beberapa individu mungkin tidak terpengaruh oleh norma sosial dan tetap mempertimbangkan faktor internal seperti keyakinan pribadi dan pemahaman terhadap agama. Jadi, meskipun norma subjektif dapat meningkatkan minat membayar zakat pengaruhnya akan lebih efektif jika didukung oleh sikap yang positif dan pemahaman yang kuat mengenai pentingnya zakat.

Kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat juga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat masyarakat dalam menunaikan zakat. Annahl et al. (2021) dan Putra & Lestari (2022) menemukan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga zakat yang profesional memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi masyarakat untuk membayar zakat. Kepercayaan ini mendorong keyakinan bahwa zakat akan dikelola secara optimal dan disalurkan tepat sasaran. studi yang dilakukan oleh Syafira et al. (2020) menyatakan sebaliknya, yakni bahwa tingginya tingkat kepercayaan belum tentu diikuti oleh tindakan nyata dalam membayar zakat. Hal ini menandakan adanya kesenjangan antara persepsi dan perilaku, sehingga dibutuhkan kajian lebih lanjut yang mengeksplorasi bagaimana kepercayaan dapat diterjemahkan menjadi komitmen nyata dalam praktik pembayaran zakat.

Literasi zakat merupakan elemen fundamental dalam membentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban zakat. Yusfiarto et al. (2020) dan Kasri & Yuniar (2021) menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat di mana individu dengan

tingkat pemahaman yang tinggi cenderung lebih sadar dan rutin dalam melaksanakan kewajiban tersebut. Namun demikian temuan yang berbeda disampaikan oleh Pertiwi (2020) yang menunjukkan bahwa tingginya literasi zakat tidak selalu berbanding lurus dengan minat membayar zakat. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa faktor internal seperti kesadaran spiritual serta keterbatasan akses terhadap layanan zakat masih menjadi kendala yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan pengaruh variabel lain seperti kemudahan layanan atau pemanfaatan media digital dalam meningkatkan efektivitas literasi zakat terhadap perilaku membayar zakat.

Menurunnya kepatuhan muzakki dalam menunaikan zakat melalui lembaga menunjukkan adanya persoalan pada dimensi afektif yang belum banyak dikaji. Salah satu faktor yang dapat menjelaskan kondisi ini adalah *emotional disconnect*, yaitu keterputusan emosional antara muzakki, mustahik, dan lembaga pengelola zakat. Boakye et al. (2023) menegaskan bahwa *emotional connection* memperkuat hubungan antara kepuasan dan niat perilaku terhadap lembaga, sedangkan lemahnya hubungan emosional menurunkan komitmen dan loyalitas. Sejalan dengan itu, Julita et al. (2024) menemukan bahwa keputusan muzakki tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh *emotional quotient* yang berkaitan dengan empati dan keterikatan afektif. Proses pengelolaan zakat yang semakin formal dan berjarak dari mustahik berpotensi memperlemah keterhubungan emosional tersebut.

Penelitian mengenai minat membayar zakat telah menjadi topik yang banyak dikaji oleh peneliti terdahulu. Beberapa di antaranya adalah studi yang

dilakukan oleh Astuti & Prijanto (2021), Istikhomah & Asrori (2019), Maulidia (2020) serta Saputr, (2021). Secara umum, mayoritas penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek ekonomi dan kesadaran religius sebagai faktor dominan yang memengaruhi minat masyarakat dalam menunaikan zakat. Fokus pada dimensi ekonomi dan religiusitas memang memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku berzakat, namun pendekatan tersebut masih menyisakan ruang untuk pengembangan model teoritis yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan aspek psikologis dan sosial lainnya.

Penelitian ini mengacu pada TRA sebagai landasan teoritis utama Ajzen & Fisbein (1980). Model TRA menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh sikap terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif (*Subjective norm*) yang berkembang di lingkungan sosialnya. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengembangan model TRA melalui penambahan dua variabel eksternal yaitu kepercayaan dan literasi zakat yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap individu terhadap zakat. Selain itu, penelitian ini juga memperkenalkan variabel moderasi berupa *emotional disconnect* yang berfungsi untuk melihat sejauh mana keterputusan emosional dapat memperkuat atau justru melemahkan hubungan antara sikap dan norma sosial terhadap minat individu dalam membayar zakat, khususnya melalui OPZ.

Berdasarkan pemaparan diatas yang menunjukkan adanya fenomena maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Determinan Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat: Studi Pada**

Muzakki OPZ Malang Raya”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, berikut ini permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
2. Apakah variabel Literasi Zakat berpengaruh terhadap sikap dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
3. Apakah Sikap berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
4. Apakah Norma Subyektif berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
5. Apakah Sikap memediasi kepercayaan dan minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
6. Apakah Sikap memediasi Literasi Zakat dan minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
7. Apakah *Emotional Disconnect* memoderasi Sikap terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
8. Apakah *Emotional Disconnect* memoderasi Norma Subyektif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh Kepercayaan terhadap sikap dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?

2. Untuk menguji pengaruh Literasi Zakat terhadap dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
3. Untuk menguji pengaruh Sikap terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
4. Untuk menguji pengaruh Norma Subyektif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya?
5. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya dengan Sikap sebagai Variabel memediasi?
6. Untuk menguji pengaruh Literasi Zakat dan minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya dengan Sikap sebagai variabel memediasi?
7. Untuk menguji pengaruh Sikap terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya dengan *Emotional Disconnect* sebagai variabel memoderasi?
8. Untuk menguji pengaruh Norma Subyektif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di OPZ Malang Raya dengan *Emotional Disconnect* sebagai variabel memoderasi?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Lembaga

Penelitian dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi untuk OPZ dalam peningkatan minat muzakki membayar zakat dan untuk menentukan

kebijakan-kebijakan yang ada di lembaga untuk mencapai hasil yang maksimal pada OPZ Malang Raya.

2. Manfaat Bagi Pihak Lain

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan informasi bagi peneliti yang lain yang akan melaksanakan penelitian dengan topik yang sejenis

3. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan peneliti dapat memperoleh pengalaman dan penambahan wawasan, pengetahuan mengenai minat muzaki dalam membayar zakat.

4. Manfaat bagi Akademik

Penelitian yang dihasilkan ini diharapkan bisa digunakan sebagai sumber referensi atau informasi yang berkaitan dengan dunia Pendidikan, dan bagi peneliti yang akan melaksanakan pengembangan untuk penelitian selanjutnya

E. Originalitas dan Penelitian Terdahulu

1. Originalitas

Penelitian ini menggunakan TRA sebagai kerangka teori utama, dengan memodifikasi model melalui penambahan variabel kepercayaan dan literasi zakat sebagai determinan sikap terhadap minat membayar zakat melalui OPZ. Kebaruan penelitian terletak pada pengenalan variabel moderasi *emotional disconnect* yang berperan dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat membayar zakat.

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan adalah

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rachmiya Saputri (2021): Pengaruh Sikap dan Subyektive Norm Terhadap Intensi Muzakki Membayar Zakat Maal Di Kota Lubuk Linggau Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi	Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Norma Subyektif .. terhadap intensi muzakki dalam membayar zakat maal	Sama-sama menggunakan variabel Sikap dan Norma Subyektif serta menggunakan metode penelitian kuantitatif	Penelitian sebelumnya menambahkan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi, sementara penelitian ini menggunakan variabel Sikap sebagai mediasi dan <i>emotional disconnect</i> sebagai moderasi.
2.	Windi Astuti dan Budi Prijanto (2021): Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Theory of Planned Behavior</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat	Sama-sama menggunakan variabel sikap dan norma subyektif sebagai variabel bebas dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini menambahkan sikap sebagai variabel mediasi dan <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel moderasi,
3.	Ivada Hedi Maulidia (2020): Anteseden Perilaku Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional	Hasil menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki sementara religiusitas dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat	Sama-sama menggunakan variabel sikap dan norma subyektif sebagai variabel bebas dan menggunakan motode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		muzakki di LAZIZ Jawa Tengah Cabang Solo		
4.	Wafiq Ibnu Mubarak (2022): Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki Membayar Zakat	Hasil uji parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berperan positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.	Sama-sama meneliti tentang variabel kepercayaan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Terdapat perbedaan pada Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.
5.	Berlian Febrianti dan Ach.Yasin (2023): Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi.	Hasil uji parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi zakat berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.	Sama-sama meneliti tentang literasi zakat dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.
6.	Dwi Istikhomah dan Asrori (2019): Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi muzakki mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan lembaga pengelola zakat.	Sama-sama meneliti tentang literasi zakat dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Josephine D. Korchmaros and David A. Kenny (2001): <i>Emotional Closeness As a Mediator Of The Effect Of Genetic Relatedness On Altruism</i>	Penelitian ini menjelaskan bahwa keterhubungan emosional dengan individu atau komunitas dapat memengaruhi minat seseorang untuk terlibat dalam perilaku sosial.	Sama-sama meneliti mengenai hubungan <i>Emotional disconnect</i> dengan minat atau perilaku seseorang	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sementara penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif
8.	Aknin, Lara B., Elizabeth W. Dunn, et al., (2013): <i>Does Social Connection Turn Good Deeds into Good Feelings? On the Value of Putting the 'Social' in Prosocial Spending</i>	Hasil menunjukkan bahwa kurangnya koneksi sosial dalam tindakan prososial dapat mengurangi manfaat emosional, sementara penguatan koneksi antara pemberi dan penerima dapat meningkatkan kepuasan emosional.	Sama-sama meneliti mengenai hubungan <i>Emotional disconnect</i> dengan minat atau perilaku seseorang	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan kualitatif.
9.	Sedjati, D. P., Basri, Y. Z., & Hasanah, U. (2018). <i>Analysis of factors affecting the payment of zakat in special capital region (DKI) of Jakarta. International Journal of Islamic Business & Management</i> , 2(1), 24-34	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan penerimaan zakat dapat dicapai dengan mendorong minat muzakki, yang dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, religiusitas, motivasi, dan pendapatan.	Sama-sama meneliti mengenai pengaruh pengetahuan terhadap minat membayar zakat dan menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10.	Annahl, M. A. F., Al Anshory, A. C., & Aulia, M. (2021). <i>Why do Muzaki pay zakat through institutions? The theory of planned behaviour application. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance</i> , 7, 203-226.	Temuan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, upaya, kondisi yang memfasilitasi, dan literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan platform zakat daring di Indonesia, sementara pengaruh sosial tidak signifikan.	Sama-sama meneliti pengaruh literasi zakat dan menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.
11.	Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). <i>The effect of religiosity and trust on intention to pay in ziswaf collection through digital payments. JEBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam</i> , 6(1), 98-115	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan kepercayaan berhubungan secara tidak signifikan dan signifikan terhadap niat membayar ZISWAF, dengan kepercayaan memediasi pengaruh religiusitas secara tidak langsung.	Sama-sama menggunakan literasi zakat sebagai variabel bebas dan menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.
12.	Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. <i>Economic Education Analysis Journal</i> , 8(3), 955-966.	Hasil menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat, sementara pendapatan dan pengetahuan zakat berpengaruh. Usia memoderasi pengaruh religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan terhadap minat.	Sama-sama menggunakan literasi zakat sebagai variabel bebas, menggunakan variabel moderasi dan menggunakan metode kuantitatif.	Penelitian sebelumnya menggunakan faktor usia sebagai variabel moderasi sedangkan pada Penelitian ini menggunakan <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi serta sikap sebagai variabel mediasi.

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
13.	Erpurini & Janah (2022) Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung)	Hasil kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen pada <i>E-commerce</i> serta kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen	Sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel dan sama sama menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel mediasi serta <i>emotional disconnect</i> sebagai variabel Moderasi.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Teori kecenderungan perilaku *Theory of Reasoned Action* (TRA) merupakan kerangka psikologis yang digunakan untuk memahami perilaku manusia, khususnya yang terkait dengan sikap, keputusan, dan aspek sosial. Teori ini diperkenalkan oleh Ajzen & Fisbein (1980). Teori ini menekankan bahwa perilaku dipengaruhi oleh keyakinan individu tentang konsekuensi perilaku dan norma subyektif (Astuti & Prijanto, 2021). *Theory Of Reasoned Action* terdiri dari tiga komponen utama diantaranya:

a. Sikap (*Attitude*):

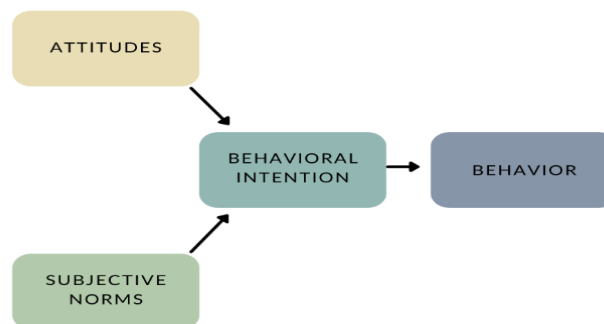
Sikap mencerminkan penilaian individu terhadap perilaku yang akan dilakukan. Dalam kerangka *Theory Of Reasoned Action*, sikap merujuk pada bagaimana seseorang memandang suatu perilaku, apakah dianggap positif atau negatif. Sikap ini terbentuk dari pengetahuan, pengalaman dan keyakinan individu mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut.

b. Norma Subjektif (*Subjective norms*):

Norma subjektif merujuk pada pandangan individu tentang apakah orang-orang penting dalam hidup mereka, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja, mendukung atau menolak perilaku tertentu. Norma ini dapat memengaruhi keputusan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku tersebut.

c. Minat (*Intention*)

Minat (*Intention*) merupakan suatu bentuk kecenderungan psikologis yang mencerminkan kesediaan serta kesiapan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam teori Reasoned Action, niat dipandang sebagai indikator utama yang memprediksi kemungkinan seseorang akan melaksanakan suatu tindakan. Niat ini mencerminkan sejauh mana individu telah mempertimbangkan perilaku tersebut secara sadar dan memiliki komitmen untuk melaksanakannya.



Gambar 2.1 Diagram model TRA

Secara khusus, Teori kecenderungan perilaku TRA mengidentifikasi dua faktor yang memengaruhi keyakinan individu Astuti & Prijanto (2021), yaitu: (1) Sikap terhadap perilaku, yang menggambarkan seberapa positif atau negatif seseorang menilai perilaku tertentu. (2) Norma subjektif, yang berfungsi sebagai faktor sosial dan mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan (Zaitul, 2020).

Menurut *Theory Of Reasoned Action*, keyakinan individu mengenai konsekuensi perilaku dan norma subyektif (Zaitul, 2020). Semakin kuat

keyakinan seseorang untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan mereka akan melaksanakannya. Hal tersebut sesuai dengan TRA yang menekankan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku (misalnya, membayar zakat) berakar pada keyakinan tentang hasil dari tindakan tersebut. Jika individu percaya bahwa membayar zakat adalah hal yang baik dan bermanfaat, sikap positif ini akan meningkatkan niat untuk melakukannya (Zaitul, 2020).

Selain itu persepsi tentang apa yang dianggap benar atau diharapkan oleh orang lain juga berperan penting. Jika individu merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka (keluarga, teman, komunitas) mendukung tindakan tersebut, hal ini dapat memperkuat niat mereka (Zaitul, 2020). Norma subjektif yang positif akan mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan harapan sosial.

Teori kecenderungan perilaku TRA menyatakan bahwa niat adalah prediktor utama dari perilaku (Zaitul, 2020). Ketika sikap positif dan norma subjektif mendukung, individu akan memiliki niat yang kuat untuk bertindak. Dalam konteks ini, niat untuk membayar zakat yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan bahwa individu tersebut benar-benar akan melakukannya. Dengan kata lain, Teori Kecenderungan Perilaku TRA menjelaskan bahwa sikap dan norma subjektif berkontribusi terhadap niat, dan niat tersebut akhirnya mengarah pada tindakan (*behavioral*). Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk melakukan suatu perilaku, mereka lebih cenderung untuk merealisasikannya dalam tindakan nyata.

Penelitian Puspitasari et al. (2025) a yang berjudul “*Theory of Islamic reaction action: a new approach to use the Islamic service of BPJS Ketenagakerjaan in Indonesia*” menunjukkan bahwa TRA memiliki keterbatasan saat diterapkan dalam konteks produk dan layanan berbasis Syariah. Hal ini karena TRA bersifat umum dan tidak secara khusus mempertimbangkan aspek spiritual atau nilai-nilai keagamaan yang penting bagi konsumen Muslim. Dalam memilih produk Syariah, keputusan seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan logis atau tekanan sosial, tetapi juga oleh motivasi religius, keyakinan terhadap kehalalan produk, dan tanggung jawab sebagai bagian dari ajaran Islam.

Oleh karena itu, penelitian tersebut mengembangkan dan menyesuaikan TRA dengan memasukkan nilai-nilai Islam ke dalam kerangka teorinya. Hasil dari pengembangan ini melahirkan pendekatan baru yang disebut *Theory of Islamic Reaction Action* (TIRA). Pendekatan ini dirancang untuk menjawab keterbatasan TRA dalam memahami perilaku konsumen Muslim, khususnya dalam konteks produk dan layanan berbasis Syariah. Dengan mengintegrasikan dimensi keislaman seperti nilai religiusitas, keyakinan terhadap syariat serta kesadaran spiritual pendekatan ini dinilai lebih relevan dalam menjelaskan niat dan keputusan konsumen Muslim dalam menggunakan produk atau layanan syariah.

2. Sikap (Attitude)

a. Definisi Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk mengevaluasi suatu objek, individu, atau perilaku secara positif atau negatif.

Dalam konteks TRA sikap terhadap perilaku diartikan sebagai penilaian seseorang terhadap seberapa menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu perilaku tertentu. Ajzen & Fisbein (1980) menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu tindakan akan memengaruhi intensi atau niat mereka dalam melakukannya. Dalam konteks penelitian ini, sikap merujuk pada penilaian atau persepsi individu terhadap perilaku membayar zakat melalui OPZ yang diasumsikan sebagai sesuatu yang penting, bermanfaat, dan layak untuk dilakukan secara rutin.

b. Dimensi Sikap

Dalam TRA sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*) dibentuk dari dua dimensi utama, yaitu keyakinan perilaku (*behavioral belief*) dan evaluasi hasil (*outcome evaluation*). Keduanya saling berkaitan dan bersama-sama menentukan seberapa positif atau negatif sikap seseorang terhadap suatu Tindakan (Ajzen & Fisbein, 1980).

1) Keyakinan Perilaku (*Behavioral Belief*)

Dimensi ini merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa melakukan suatu perilaku akan menghasilkan konsekuensi tertentu. Dalam konteks pembayaran zakat (Nickerson, 2023), keyakinan ini mencakup pandangan bahwa membayar zakat melalui OPZ dapat memberikan manfaat sosial, membantu sesama, atau meningkatkan keberkahan rezeki. Semakin kuat keyakinan seseorang terhadap manfaat dari perilaku tersebut, maka semakin besar kemungkinan mereka memiliki sikap positif.

Berdasarkan uraian tersebut, indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keyakinan perilaku antara lain:

- a) Persepsi konsekuensi perilaku
- b) Probabilitas hasil dari perilaku

2) Evaluasi Hasil (*Outcome Evaluation*)

Evaluasi hasil adalah penilaian seseorang terhadap seberapa penting atau berharganya konsekuensi dari suatu tindakan (Nickerson, 2023). Seseorang mungkin percaya bahwa membayar zakat membantu mustahik (keyakinan), namun jika ia tidak menilai bantuan tersebut sebagai sesuatu yang penting, maka sikapnya tidak akan terlalu positif. Dengan kata lain, sikap terbentuk bukan hanya dari apa yang dipercayai, tetapi juga dari seberapa besar nilai yang diberikan terhadap hasil tersebut.

Kedua dimensi ini bekerja bersama secara kognitif. Ketika seseorang memiliki keyakinan yang kuat tentang manfaat zakat dan sekaligus menilai manfaat tersebut sebagai sesuatu yang sangat penting, maka ia akan cenderung memiliki sikap positif terhadap perilaku membayar zakat melalui OPZ. Dengan demikian, untuk mengukur kedua dimensi tersebut, dapat digunakan beberapa indikator berikut:

- a) Persepsi konsekuensi perilaku
- b) Probabilitas hasil dari perilaku
- c) Penilaian terhadap hasil
- d) Tingkat penghargaan terhadap konsekuensi

c. Sikap Dalam perspektif Islam

Dalam pandangan Islam akhlakul kharimah adalah segala sikap perilaku dan perbuatan baik yang dilakukan sehari-hari. Sikap dijelaskan pada QS. Al-Anfal ayat 72:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha. (QS. Al-Anfal : 72)

Dalam tafsir Al-Jami’ li Ahkam al-Qur’an (Al-Qurtubi, 1964) menjelaskan bahwa surah Al-Hujurat ayat 12 memerintahkan orang-orang beriman untuk menjauhi kebanyakan prasangka, karena sebagian dari prasangka tersebut adalah dosa. Larangan ini kemudian diperkuat dengan larangan memata-matai dan menggunjing, bahkan diibaratkan seperti memakan daging saudara sendiri yang telah mati—suatu gambaran yang sangat menjijikkan dan mencerminkan betapa buruknya perbuatan tersebut dalam pandangan syariat. Dalam tafsirnya, dijelaskan bahwa tidak semua prasangka dilarang, melainkan hanya prasangka buruk yang tidak berdasar terhadap sesama muslim. Artinya, Islam tidak melarang kewaspadaan, tetapi menolak kecurigaan yang tidak memiliki bukti dan dapat melukai kehormatan orang lain.

Keterkaitan dengan sikap tampak dari bagaimana ajaran ini membentuk kecenderungan individu dalam merespons situasi sosial secara konsisten, baik secara kognitif, afektif, maupun perilaku. Nilai-nilai seperti sangka baik (husnuzan), menjaga lisan, dan menjauhkan diri dari ghibah merupakan bentuk konkret dari sikap positif terhadap sesama. Sikap ini mencerminkan ketakwaan yang tidak hanya bersifat vertikal kepada Allah, tetapi juga horizontal dalam hubungan antar manusia. Dengan demikian, pembentukan sikap berdasarkan ajaran Al-Qur'an turut memperkuat perilaku sosial yang harmonis dan menjauhkan umat dari konflik serta fitnah. Berikut hadits riwayat Muslim mengenai Sikap:

وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Artinya:

"Allah akan selalu menolong seorang hamba selama hamba itu menolong saudaranya." (HR. Muslim)

Hadis yang diriwayatkan oleh Al-Hajjaj (875) dalam kitab "Shahih Muslim" di atas mengandung makna bahwa pertolongan Allah sangat erat kaitannya dengan sikap sosial seorang Muslim dalam membantu sesamanya. Dalam konteks zakat, hadis ini menjadi landasan spiritual yang kuat, karena zakat bukan hanya kewajiban ibadah, tetapi juga bentuk nyata dari kepedulian sosial dan tolong-menolong. Ketika seseorang menyadari bahwa membayar zakat adalah sarana untuk meringankan beban saudara seimannya, maka akan tumbuh sikap positif, empati, dan kepedulian yang mendorong minat untuk menunaikannya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap makna hadis ini dapat meningkatkan minat membayar zakat, karena seseorang merasa bahwa zakat adalah bagian dari ibadah yang

mendatangkan pertolongan Allah secara langsung dalam kehidupan.

3. Norma Subyektif (Subyektif Norm)

a. Pengertian Norma Subyektif

Norma subyektif merupakan salah satu komponen utama dalam TRA yang dikembangkan oleh Ajzen & Fisbein (1980). Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Tekanan ini bersumber dari orang-orang yang dianggap penting, seperti keluarga, teman sebaya, tokoh masyarakat, maupun kelompok sosial yang relevan. Dalam konteks perilaku membayar zakat norma subyektif mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa orang-orang di sekitarnya mengharapkan dirinya untuk menunaikan kewajiban zakat melalui OPZ

b. Dimensi Norma Subyektif

Secara konseptual norma subyektif terdiri dari dua dimensi utama, yaitu keyakinan normatif (*normative beliefs*) dan motivasi untuk mematuhi (*motivation to comply*). Kedua dimensi ini bekerja secara bersamaan dalam membentuk persepsi individu terhadap tekanan sosial yang memengaruhi niatnya untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen & Fisbein, 1980).

1) Keyakinan Normatif (*Normative Beliefs*)

Dimensi ini menunjukkan seberapa besar seseorang percaya bahwa orang-orang yang penting dalam hidupnya, seperti keluarga atau tokoh masyarakat, mengharapkan dirinya untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Nickerson, 2023). Dalam konteks ini, apabila seorang muzakki merasa bahwa lingkungan terdekatnya mendukung pembayaran zakat

melalui OPZ, maka ia akan cenderung memiliki dorongan yang lebih kuat untuk melaksanakannya..

2) Motivasi untuk Mematuhi (*Motivation to Comply*)

Dimensi ini menjelaskan sejauh mana individu terdorong untuk mengikuti atau mematuhi keinginan dan harapan dari pihak-pihak yang dianggap penting tersebut. Keinginan untuk mendapatkan penerimaan sosial atau menghindari penolakan juga menjadi bagian dari motivasi ini (Nickerson, 2023). Apabila individu memiliki dorongan yang tinggi untuk mematuhi norma sosial, maka pengaruh norma subjektif terhadap niat berperilaku akan semakin kuat

Kedua dimensi ini bekerja bersama secara kognitif. Ketika seseorang memiliki keyakinan yang kuat tentang manfaat zakat dan sekaligus menilai manfaat tersebut sebagai sesuatu yang sangat penting, maka ia akan cenderung memiliki sikap positif terhadap perilaku membayar zakat melalui OPZ. Dengan demikian, untuk mengukur kedua dimensi tersebut, dapat digunakan beberapa indikator berikut:

- a) Persepsi konsekuensi perilaku
- b) Probabilitas hasil dari perilaku
- c) Penilaian terhadap hasil
- d) Tingkat penghargaan terhadap konsekuensi

c. Norma Subyektif Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam *norma subjektif* berkaitan dengan *hablum minannass* atau hubungan social dengan manusia. Norma subjektif dapat dijelaskan pada QS. Al-Maidah Ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ
Artinya:

“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) Kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah: 2)

Dalam Tafsir Al-Jami’ li Ahkam al-Qur’an (Al-Qurtubi, 1964) ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang menunjuk atau mendukung kejahatan disamakan dengan pelaku kejahatan itu sendiri. Ini menunjukkan pentingnya posisi dan pengaruh seseorang dalam menentukan sikap terhadap kebenaran dan keburukan. Konsep kesalehan dan ketakwaan ditekankan sebagai nilai yang saling melengkapi dan pada hakikatnya satu makna, yaitu menjalankan kewajiban dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Ketakwaan meliputi seluruh kebaikan baik yang wajib maupun sunnah dan dijadikan dasar dalam membentuk sikap sosial. Ulama seperti Ibnu Atiyyah dan Al-Mawardi menekankan bahwa kerja sama dalam kebaikan dan ketakwaan adalah jalan menuju ridha Allah dan juga ridha manusia. Inilah yang menjadi fondasi kebahagiaan dan keberkahan hidup.

Dalam konteks norma sosial (Al-Qurtubi, 1964) dalam Al-Jami’ li Ahkam al-Qur’an menyatakan bahwa setiap individu punya peran untuk mendukung kebaikan (dengan ilmu, harta, atau keberanian) mencerminkan norma subjektif: yaitu keyakinan individu tentang harapan dan penilaian sosial dari orang-orang penting di sekitarnya. Norma subjektif ini mendorong seseorang untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai kolektif seperti tolong-menolong, mencegah kemungkaran, dan tidak membiarkan kezaliman terjadi. Ketika seseorang merasa lingkungannya

mengharapkan dia untuk bertakwa dan menjauhi dosa serta agresi, maka tekanan norma tersebut dapat memperkuat motivasi internalnya untuk taat dan bertindak benar. Maka, norma subjektif menjadi kunci dalam pembentukan perilaku sosial berbasis ketakwaan.

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia tidak langsung menerima pertolongan langsung dari Allah. Jika dikaitkan dengan *norma subjektif* secara tidak langsung pertolongan yang diberikan Allah melalui hubungan manusia. Berikut hadits riwayat Bukhari mengenai norm Subyektif:

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ، يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا

Artinya:

“Seorang mukmin terhadap mukmin lainnya itu seperti bangunan yang saling menguatkan satu sama lain.” (HR. Bukhari)

Al-Bukhari, (846) meriwayatkan dari Khallaad bin Yahya, dari Sufyan, dari Abu Burdah bin Abdullah bin Abu Burdah, dari kakeknya, dari Abu Musa, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: *“Sesungguhnya orang beriman bagi orang beriman itu seperti bangunan yang saling menguatkan satu sama lain,”* lalu beliau merapatkan jari-jarinya.

Hadis ini menunjukkan pentingnya solidaritas sosial dalam Islam, di mana sesama Muslim saling mendukung dan memperkuat. Dalam konteks norma subjektif, hadis ini relevan karena menggambarkan bagaimana pengaruh sosial dari orang-orang terdekat seperti keluarga, sahabat, atau tokoh agama dapat membentuk kecenderungan dan perilaku individu. Ketika lingkungan sekitar memberikan dorongan positif untuk membayar zakat, maka hal itu akan memperkuat minat seseorang dalam menunaikannya.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat berperilaku atau *behavioral intention* merupakan komponen akhir dan paling langsung dalam kerangka TRA. Menurut Ajzen & Fisbein (1980), minat berperilaku adalah kecenderungan atau kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Intensi ini dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku aktual. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, maka semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan terwujud. Dalam konteks penelitian ini, minat merujuk pada kesiapan atau dorongan individu untuk menunaikan kewajiban zakat melalui OPZ yang ada di wilayah Malang Raya

Minat juga dapat berfungsi sebagai motivasi yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Setiap minat dapat memenuhi kebutuhan spesifik. Dalam pelaksanaannya, kehendak sangat berkaitan erat dengan perasaan dan pikiran. Pikiran biasanya beroperasi secara rasional dan analitis, sedangkan perasaan cenderung lebih halus dan tajam dalam memenuhi kebutuhan. Keduanya berfungsi sebagai pengingat untuk memastikan bahwa perasaan dan pikiran berkoordinasi secara harmonis sehingga kehendak dapat diatur dengan baik.

b. Sifat dan Karakteristik Minat

Minat mempunyai beberapa sifat dan karakteristik, yaitu seperti yang disajikan dibawah ini (Jibu & Boku, 2022):

- 1) Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.

- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif, erat hubungannya dengan motivasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh motivasi
- 3) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari bukan bawaan dari lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.

c. Dimensi Minat

Indikator yang mendasari minat menurut *Crow and Crow* dalam (Rosalinda et al., 2021) adalah sebagai berikut:

1) Motif Sosial

Motif sosial adalah penggerak yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas tertentu yang terkait dengan kehidupan sosial. Dorongan ini dapat berasal dari lingkungan tempat tinggal atau keluarga yang umumnya patuh dan taat dalam membayar zakat.

2) Faktor Emosional

Faktor emosional berhubungan erat dengan perasaan individu. Ketika mengeluarkan harta untuk tujuan yang benar atau sesuai perintah Allah SWT, seseorang akan menerima balasan dan ganjaran yang setimpal. Muzakki yang bersedia membayar zakatnya dapat berharap mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator minat berperan sebagai dorongan kuat bagi individu untuk mewujudkan keinginannya. Minat yang intens terhadap suatu hal akan menggerakkan semangat untuk melakukan tindakan yang diinginkan dan dicintai.

d. Minat Dalam perspektif Islam

Niat adalah fondasi sahnya setiap ibadah, termasuk zakat. Tanpa niat yang tulus, zakat hanya menjadi pemberian biasa, bukan ibadah yang diridhai Allah. Oleh karena itu, memahami pentingnya niat menjadi kunci agar zakat yang dikeluarkan mendatangkan pahala dan keberkahan.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya:

"Mereka tidak diperintahkan kecuali supaya menyembah Allah dengan ikhlas kepada-Nya dalam agama, condong kepada kebenaran, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat. Dan itulah agama yang lurus." (QS. Al-Bayyinah [98]:5)

Dalam ayat ini, Allah SWT menekankan pentingnya keikhlasan dalam beribadah kepada-Nya. Sebagai hamba yang senantiasa memohon ampunan, perlindungan, dan rahmat dari Allah SWT, setiap ibadah kita harus dilandasi niat yang tulus untuk mencari ridha-Nya. Keikhlasan ini tidak hanya berlaku secara teoritis, tetapi harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari agar semua amal ibadah kita diterima oleh Allah SWT.

Ayat tersebut menekankan pentingnya ikhlas dan niat yang tulus dalam setiap ibadah kepada Allah SWT, termasuk dalam menunaikan zakat. Sebagai salah satu rukun Islam, zakat bukan sekadar memberikan harta kepada yang berhak, tetapi juga merupakan bentuk pengabdian kepada Allah yang harus dilandasi niat ikhlas semata-mata untuk mencari ridha-Nya.

Dengan menegakkan niat yang benar, seorang Muslim memastikan bahwa zakat yang diberikan tidak hanya memenuhi kewajiban finansial, tetapi juga diterima sebagai ibadah yang bernilai pahala, sekaligus memperkuat kesadaran spiritual bahwa harta yang diberikan adalah amanah dari Allah.

Dalam Islam, setiap amal ibadah tidak hanya dinilai dari bentuk lahirnya, tetapi sangat bergantung pada niat yang melandasinya. Keikhlasan hati menentukan apakah suatu tindakan diterima oleh Allah SWT sebagai ibadah atau sekadar aktivitas biasa. Hal ini menjadi sangat penting, termasuk dalam pelaksanaan zakat, agar harta yang diberikan benar-benar bernilai ibadah dan mendatangkan pahala.

Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Artinya:

"Amal perbuatan tergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan apa yang ia niatkan. Maka barangsiapa berhijrah karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya itu karena Allah dan Rasul-Nya; dan barangsiapa berhijrah karena dunia atau untuk menikahi seorang wanita, maka hijrahnya itu sesuai dengan apa yang diniatkannya."
(HR. Bukhari & Muslim)

Hadits ini menegaskan bahwa niat menentukan nilai pahala setiap amal. Dalam konteks zakat, hal ini berarti bahwa seorang muzakki harus menunaikan zakat dengan niat tulus untuk Allah SWT, bukan sekadar memberikan harta atau memenuhi kewajiban sosial. Dengan niat yang benar, zakat yang diberikan tidak hanya memenuhi kewajiban finansial, tetapi juga

menjadi ibadah yang diterima oleh Allah, sekaligus memperkuat kesadaran spiritual bahwa harta yang dikeluarkan adalah amanah yang harus dikelola dengan ikhlas.

5. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan yaitu bentuk sikap atau tindakan yang diambil oleh seseorang sesuai dengan keyakinan yang dimiliki. Pengalaman dan pembelajaran akan mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap sesuatu (Fitriyani & Irkhami, 2022). Untuk mendapatkan kepercayaan maka, seseorang tersebut dilihat dari kejujuran dan ketulusan kepada orang lain. Kepercayaan harus dapat dibuktikan tetapi tidak dapat dipaksa atau diminta (Safitri & Suryaningsih, 2022).

b. Dimensi Kepercayaan

Menurut pendapat Mayer et al., (1995) kepercayaan seseorang dapat terbentuk melalui dimensi kemampuan (*ability*) dan integritas (*integrity*). Kedua dimensi ini saling berkaitan sehingga tidak dapat dipisahkan. Berikut akan diperinci terkait dimensi kepercayaan :

- 1). Kemampuan (*Ability*) adalah kapasitas organisasi dalam menjalankan fungsinya. Jadi, kemampuan organisasi untuk menyediakan dan memberikan layanan, serta memastikan partisipasi orang lain. Keterampilan terkait, pengalaman, dukungan kelembagaan, dan keahlian ilmiah.
- 2). Integritas (*Integrity*), Integritas merupakan perilaku orang-orang yang dipercaya dalam mengelola lembaga amil zakat. Adanya integritas dapat

dipengaruhi oleh kelengkapan (pemenuhan), kepercayaan (kesetiaan), keterbukaan (kejujuran), hubungan (kehandalan) dan keterampilan (kehandalan).

Papadopoulou (2010) dalam (Haning & Tahili, 2021) menyebutkan bahwa terdapat 7 dimensi utama yang dapat meningkatkan kepercayaan publik yaitu:

- a. *Trust in transacion* (kepercayaan dalam transaksi)
- b. *Trust in service* (kepercayaan dalam pelayanan publik)

6. Literasi Zakat

a. Pengertian Literasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Literasi merupakan kemampuan menulis, membaca dan kemampuan individu dalam mengelola informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup (Febrianti & Yasin, 2023).

Menurut *National Institute for Literacy* literasi merupakan kemampuan individu untuk menulis, membaca, menghitung, dan dapat menyelesaikan masalah pada Tingkat keahlian tertentu. Sedangkan menurut *Education Development Center (EDC)* literasi merupakan kemampuan yang digunakan untuk meningkatkan potensi dan skill yang dimiliki untuk mempertahankan hidup. Selain UNESCO menjelaskan kemampuan literasi dapat memberdayakan dan meningkatkan kualitas hidup individu, keluarga dan Masyarakat. Sehingga memberikan efek yang sangat luas bagi kehidupan.

Menurut (Dwi, 2019), literasi merupakan kemampuan individu untuk menulis, membaca, dan berfikir kritis. Melalui literasi diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran untuk mempelajari sesuatu yang baru dan dapat mempengaruhi pemikiran seseorang serta menumbuhkan budaya kritis sehingga dapat melahirkan Masyarakat yang cerdas.

Dapat disimpulkan bahwa literasi merupakan kemampuan individu untuk memperoleh informasi dengan membaca, menghitung, berbicara, dan menulis sehingga berdampak luas pada peningkatan kemampuan skill dan kualitas hidup.

Terkait dengan literasi zakat yang belum ditemukan definisinya, namun jika dipadankan dengan definisi literasi secara umum maka literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung, dan mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya Tingkat kesadaran dalam membayar zakat akan semakin tinggi.

PUSKAS-BAZNAS (2019) menyebutkan bahwa dimensi pengukuran literasi zakat dapat diukur dengan pengetahuan dasar tentang zakat yang terdiri dari pengetahuan zakat secara umum, pengetahuan tentang kewajiban membayar zakat, pengetahuan tentang 8 asnaf, perhitungan zakat, dan pengetahuan terkait objek zakat. Kemudian yang selanjutnya adalah pengetahuan lanjutan tentang zakat yang terdiri dari pengetahuan terkait institusi zakat, regulasi zakat, dampak zakat, program penyaluran zakat.

b. Indikator Literasi Zakat

Dimensi pengukuran literasi zakat menurut PUSKAS-BAZNAS (2019) dibagi menjadi dua tingkatan utama, yaitu pengetahuan dasar dan

pengetahuan lanjutan. Keduanya mencerminkan sejauh mana pemahaman individu terhadap konsep, kewajiban, mekanisme serta peran strategis zakat dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Pemahaman ini penting untuk menilai tingkat literasi masyarakat dalam hal zakat serta mendorong partisipasi aktif dalam pengelolaan dan pembayaran zakat.

1) Pengetahuan Dasar tentang Zakat

- a) Pengetahuan zakat secara umum
- b) Pengetahuan tentang kewajiban membayar zakat
- c) Pengetahuan tentang 8 asnaf (golongan penerima zakat)
- d) Pengetahuan tentang perhitungan zakat Pengetahuan terkait objek zakat.

2) Pengetahuan Lanjutan tentang Zakat

- a) Pengetahuan terkait institusi pengelola zakat
- b) Pengetahuan tentang regulasi zakat
- c) Pengetahuan tentang dampak zakat terhadap masyarakat
- d) Pengetahuan tentang program penyaluran zakat

c. Konsep Literasi Zakat

Konsep literasi dalam Islam sudah terlebih dahulu ada dengan ditandai turunnya wahyu pertama kepada nabi Muhammad SAW lewat malaikat Jibril a.s yaitu Surah Al-Alaq Ayat 1-5:

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۚ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۚ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۚ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya: “

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan (1) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah (2) Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah (3) yang mengajar (manusia) dengan

perantaran kalam (4) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya (5)” (QS. Al-Alaq: 1-5)

Al-Khatib, (1970) Menjelaskan dalam Al-Tafsir Al-Qurani Lil Quran bahwan Keunikan yang luar biasa tampak saat seorang Nabi yang buta huruf justru diangkat untuk membawa risalah yang dimulai dengan perintah “Bacalah,” lalu dilanjutkan dengan “Dia mengajar dengan pena” ini menandakan bahwa Islam sejak awal telah menanamkan pentingnya membaca, menulis, dan menuntut ilmu sebagai dasar perubahan peradaban. Seruan ini menjadi titik balik bagi bangsa Arab yang sebelumnya buta huruf untuk menguasai ilmu pengetahuan sebagai bagian dari pengamalan agama. Dalam konteks modern, semangat ini sejalan dengan pentingnya literasi zakat, di mana umat Islam didorong untuk memahami zakat tidak hanya sebagai kewajiban, tetapi sebagai sistem sosial yang memiliki dampak besar terhadap keadilan dan kesejahteraan. Pemahaman yang baik terhadap zakat melalui peningkatan literasi akan mendorong kesadaran, kepatuhan, dan optimalisasi pengelolaan zakat secara lebih profesional dan berdampak.

Berikut Hadist Riwayat Bukhari yang relevan dengan pemahaman zakat:

أَعْلَمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ فَتُرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ

Artinya:

“Beritahukanlah kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan zakat atas harta mereka, yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang miskin mereka.”

Hadist yang di Riwayatkan oleh (Al-Bukhari, 846) di atas menjelaskan bahwa Rasulullah ﷺ memerintahkan agar sebelum zakat ditarik, masyarakat diberi penjelasan tentang kewajiban zakat itu sendiri. Zakat

diwajibkan atas harta orang kaya dan diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan. Hal ini menegaskan bahwa zakat merupakan bagian penting dalam sistem sosial Islam yang bertujuan untuk menyeimbangkan kekayaan dan membantu mengurangi kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin. Dengan demikian, zakat bukan hanya kewajiban individual, tetapi juga tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan secara adil dan teratur.

7. *Emotional Disconnect*

a. Pengertian *Emotional Disconnect*

Emotional disconnect adalah kondisi di mana terdapat kurangnya koneksi emosional atau pemahaman antara individu yang dapat terjadi dalam berbagai konteks hubungan seperti hubungan pribadi, sosial atau profesional (Aknin et al., 2013).

Dalam konteks perilaku prososial *emotional disconnect* muncul ketika tindakan baik yang dilakukan tidak disertai dengan interaksi sosial yang memadai antara pemberi dan penerima. Hal ini dapat mengurangi manfaat emosional yang seharusnya diperoleh dari tindakan tersebut.

Penelitian (Aknin et al., 2013) menunjukkan bahwa individu cenderung merasa lebih bahagia setelah berbuat baik ketika mereka terhubung secara sosial dengan penerima. Sebaliknya, ketika interaksi sosial terputus, seperti dalam situasi di mana bantuan diberikan melalui perantara, dampak emosional dari tindakan tersebut cenderung hilang. Dengan demikian, pentingnya koneksi sosial.

b. Dimensi *Emotional Disconnect*

Dimensi *emotional disconnect* dapat dikaitkan dengan teori-teori sebelumnya, terutama dalam hal bagaimana koneksi sosial mempengaruhi manfaat emosional dari perilaku prososial sebagai berikut (Aknin et al., 2013):

1) Kognitif

Dalam teori kognisi sosial yang dikemukakan oleh Williamson and Clark (1989) dalam (Aknin et al., 2013) menjelaskan bahwa pemahaman individu tentang hubungan sosial memengaruhi respons emosional mereka terhadap situasi sosial

2) Afektif

Menurut teori emosi, Paul Ekman dalam (Aknin et al., 2013) menemukan adanya keterkaitan antara hubungan emosi dan interaksi sosial. Dalam penelitiannya menemukan bahwa afek positif lebih mungkin muncul ketika ada koneksi sosial yang kuat.

3) Behavioral

Menurut teori interaksi sosial, Dunn et al., (2008) dalam (Aknin et al., 2013) menjelaskan tindakan prososial yang melibatkan interaksi langsung dengan penerima memiliki dampak emosional yang lebih besar dibandingkan dengan tindakan yang dilakukan tanpa interaksi

4) Sosial

Baumeister dan Leary (1995) dalam (Aknin et al., 2013) menjelaskan teori hubungan sosial dimana kebutuhan untuk memiliki hubungan sosial yang berkualitas adalah fundamental bagi kesejahteraan

manusia. Koneksi sosial yang kuat dapat meningkatkan pengalaman emotional positif dan mengurangi *emotional disconnect*.

Selain itu menurut Aknin et al., (2013) indikator *Emotional Disconnect* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Kurangnya Empati
- b) Komunikasi yang minim
- c) Penurunan kebahagiaan

c. *Emotional Disconnect* Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, koneksi emosional dan sosial sangat dihargai. Agama Islam mengajarkan pentingnya interaksi yang baik antar sesama manusia, di mana saling memahami dan mendukung satu sama lain adalah inti dari kehidupan bermasyarakat. Konsep ukhuwah (persaudaraan) dalam Islam mengedepankan hubungan yang kuat dan saling peduli antar individu. Selain itu, tindakan prososial, seperti memberi sedekah dan membantu sesama, dianggap sebagai ibadah yang memiliki nilai tinggi, terutama ketika dilakukan dengan niat yang tulus dan disertai rasa empati.

Islam juga menekankan pentingnya komunikasi yang baik dan menjaga hubungan dengan orang lain sebagai cara untuk menghindari *emotional disconnect*.

Allah berfirman dalam QS. Al-A'raf Ayat 179 yang berbunyi:

لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَٰئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ

Artinya

“Mereka memiliki hati yang tidak mereka gunakan untuk memahami (ayat-ayat Allah) dan memiliki mata yang tidak mereka

pergunakan untuk melihat (ayat-ayat Allah), serta memiliki telinga yang tidak mereka pergunakan untuk mendengarkan (ayat-ayat Allah). Mereka seperti hewan ternak, bahkan lebih sesat lagi. Mereka itulah orang-orang yang lengah” (QS. Al-A’raf: 179)

Ayat di atas di jelaskan oleh (Al-Muzaffar, 1997) dalam Tafsir Al-Qur’an bahwa orang-orang yang tidak menggunakan hati untuk memahami, tidak menggunakan mata untuk melihat, dan tidak menggunakan telinga untuk mendengar digambarkan oleh Allah SWT sebagai makhluk yang hidup tanpa arah, bahkan lebih sesat daripada binatang ternak. Mereka tidak memperoleh manfaat dari potensi akal dan indera yang telah dianugerahkan kepada mereka. Binatang ternak pun masih mampu membedakan antara manfaat dan bahaya, sedangkan manusia yang lalai ini kehilangan kepekaan terhadap kebenaran. Mereka hanya hidup mengikuti hawa nafsu, tanpa kesadaran spiritual dan tanpa kepedulian terhadap petunjuk ilahi. Kondisi ini mencerminkan bentuk keterputusan yang dalam antara hati mereka dengan nilai-nilai keimanan, hingga mereka menjadi benar-benar tidak tersentuh oleh peringatan dan nasihat.

Keadaan ini sangat berkaitan dengan *emotional disconnect*, yaitu keterputusan emosional seseorang dari nilai, lingkungan, bahkan Tuhannya. Orang-orang dalam ayat ini tidak hanya buntu akal, tetapi juga kehilangan kedekatan emosional dengan wahyu dan fitrah mereka. Hati mereka tidak lagi tersentuh oleh ayat-ayat Allah, dan mereka tak merespons seruan kebaikan. Saat mengalami *emotional disconnect*, seseorang menjadi acuh, dingin, dan kehilangan empati bahkan terhadap dirinya sendiri. Ini adalah bentuk keterasingan batin yang berbahaya, karena menjauhkan dari cahaya petunjuk dan menimbulkan kehampaan spiritual.

Berikut Hadist Riwayat Bukhori yang relevan dengan *emotional disconnect*:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

Artinya:

“Tidak beriman salah seorang dari kalian hingga dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri.” (HR. Bukhari)

Hadist Riwayat (Al-Bukhari, 846) tersebut menegaskan bahwa keimanan seseorang belum sempurna sampai ia mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri. Pernyataan ini menunjukkan betapa pentingnya empati dan kasih sayang dalam hubungan antar manusia. Sikap saling peduli dan saling memperhatikan merupakan bagian dari implementasi iman dalam kehidupan sosial seorang Muslim.

Apabila seseorang mengalami *emotional disconnect* atau keterputusan emosional, ia kehilangan kemampuan untuk merasakan kepedulian dan kasih sayang tersebut. Akibatnya, ia sulit mencintai dan memperhatikan orang lain dengan tulus. Kondisi ini tidak hanya melemahkan hubungan sosial, tetapi juga berpotensi menurunkan kualitas keimanan, karena empati dan kepedulian merupakan unsur penting dalam iman dan dalam menjaga keseimbangan kehidupan bermasyarakat dalam kehidupan sosial umat Islam sehari-hari..

8. Zakat

a. Pengertian Zakat

Kata "zakat" dalam bahasa berasal dari istilah *zakā-yazku-zakā'an-wa zakwan*, yang berarti berkembang dan bertambah. Menurut al-Azhary, seperti yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi, perkembangan ini tidak hanya

terjadi pada harta dan jiwa orang kaya, tetapi juga pada harta dan jiwa orang miskin. Zakat juga memiliki arti tahārah (kesucian), barokah, dan salāh (kebaikan) (Astuti & Prijanto, 2021). Zakat adalah suatu kewajiban yang bersifat sosial dan ibadah, di mana individu merasakan keagungan ajaran Islam melalui cinta dan saling membantu antar sesama (Mirawati et al., 2018).

zakat merupakan sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (mustahiq) dengan syarat-syarat tertentu (Dwi, 2019). Dengan demikian, zakat bisa didefinisikan sebagai bagian dari harta yang harus dikeluarkan oleh setiap Muslim yang memenuhi syarat tertentu. Syarat-syarat tersebut mencakup nishab (jumlah minimum harta yang harus dikeluarkan zakatnya), haul (jangka waktu yang ditentukan untuk mengeluarkan zakat), dan kadarnya (ukuran besarnya zakat yang harus dikeluarkan).

Sedangkan pengertian zakat secara istilah, para ulama mazhab berbeda pendapat, sebagai berikut:

- 1) Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat sebagai: “sebagian tertentu dari harta yang diberikan kepada individu tertentu yang telah ditentukan oleh Allah SWT, dengan tujuan memperoleh keridhaan-Nya.”
- 2) Mazhab Malikiyah mengartikan zakat sebagai: “mengeluarkan sebagian dari harta yang telah mencapai nisab kepada yang berhak, setelah harta tersebut dimiliki secara penuh dan telah satu tahun, kecuali untuk barang tambang, hasil pertanian, dan barang temuan.”

- 3) Mazhab Syafi'i menyebut zakat sebagai: "istilah untuk sesuatu yang dikeluarkan dari harta atau tubuh dengan cara tertentu."
- 4) Mazhab Hambali mendefinisikan zakat sebagai: "hak yang wajib dipenuhi dari harta tertentu, untuk kelompok tertentu, pada waktu yang telah ditentukan."

Menurut Fitriyani & Irkhani (2022), zakat memiliki tiga fungsi utama: moral, sosial, dan ekonomi. Dalam konteks moral, zakat berfungsi untuk menghapus sifat tamak dan serakah dari hati orang kaya. Dari segi sosial, zakat berperan dalam mengurangi kemiskinan di masyarakat. Sementara itu, dalam aspek ekonomi, zakat mencegah pengumpulan kekayaan oleh segelintir orang dan menjadi kewajiban bagi umat Muslim untuk disalurkan ke perbendaharaan negara (Mubarok & Safitri, 2022).

Dalam Islam sendiri ibadah zakat merupakan bentuk ketaatan terhadap perintah Allah yang juga memberikan manfaat sosial. Zakat berfungsi sebagai sarana yang disediakan oleh Islam untuk mempertahankan keseimbangan sosial dalam masyarakat. Selain itu, zakat juga berkontribusi sebagai jaminan sosial, terutama dalam menangani masalah kemiskinan di masyarakat (Utami et al., 2021).

Dari berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa zakat adalah harta milik umat yang disalurkan oleh orang yang berkewajiban membayar kepada mereka yang berhak menerima. Zakat berfungsi untuk membersihkan jiwa muzakki dari sifat kikir dan tamak, serta menghapus dosa dan mengurangi rasa iri serta dengki antara orang kaya dan miskin. Dengan demikian, zakat dapat membangun masyarakat yang sejahtera dan

menciptakan kehidupan yang cukup.

b. Landasan Hukum Zakat

Adapun landasan hukum zakat yang baik menurut ajaran islam maupun kekuatan hukum negara adalah berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist. Didalam Al- qur'an telah menjelaskan berbagai hal tentang zakat diantaranya yakni QS. At-Taubah: 103 yang berbunyi :

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّى عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Ambillah zakat dari harta mereka guna menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah: 103)

Tafsiran dari ayat di atas dijelaskan oleh Al-Tabari (922) dalam kitab “Tafsir At-Thabari Jami' al-Bayan fi Tafsir Ayat al-Qur'an” dikisahkan Thaalbah ini menggambarkan bagaimana Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam menerapkan sistem pengumpulan zakat secara langsung melalui petugas resmi yang diutus untuk menagih zakat dari kaum Muslimin. Ketika Thaalbah menolak zakat dan menyamakannya dengan jizyah dan hal tersebut menjadi bentuk penolakan terhadap kewajiban syariat. Sebaliknya orang dari Bani Salim menunjukkan ketundukan kepada Allah dengan menyerahkan unta terbaiknya secara sukarela. Peristiwa ini menunjukkan bahwa zakat bukan hanya amalan individual, tetapi juga merupakan tanggung jawab sosial yang harus ditaati ketika perintahnya datang dari pemimpin umat. Bahkan, Allah langsung menurunkan ayat dalam Surah At-Taubah ayat 75–77 untuk mengecam orang-orang yang ingkar setelah sebelumnya berjanji akan

bersedekah jika diberi rezeki.

Penolakan Rasulullah terhadap zakat Thaalbah setelah peristiwa itu, serta sikap yang sama dari para khalifah setelah beliau wafat, memperkuat pemahaman bahwa zakat memiliki landasan hukum yang tegas dan mengikat. Penolakan zakat bukan hanya bentuk pelanggaran, tetapi juga mencerminkan kemunafikan yang dapat berakibat buruk di dunia dan akhirat. Zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam, yang berarti tidak boleh dianggap ringan. Kisah ini menjadi pengingat bahwa zakat adalah kewajiban syariat yang bersumber dari wahyu, dan penunaian serta penolakannya memiliki konsekuensi langsung terhadap hubungan seseorang dengan Allah dan umat Islam.

Berikut Hadist Riwayat Muslim (Al-Hajjaj, 875) yang tentang kewajiban zakat:

أَخْبَرَهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ زَكَاةً تَأْخُذُ مِنْ أَغْنِيَاءِهِمْ فَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ

Artinya:

"Beritahukan kepada mereka bahwa Allah mewajibkan kepada mereka zakat, yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang miskin mereka." (HR. Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa zakat adalah kewajiban yang ditetapkan Allah bagi umat Islam dengan mekanisme yang jelas yaitu diambil dari harta orang-orang kaya dan disalurkan kepada fakir miskin. Hal ini menegaskan bahwa zakat bukan sekadar ibadah individual tapi juga instrumen keadilan sosial dalam Islam untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan menumbuhkan solidaritas antar umat.

Adapun juga landasan hukum menurut undang-undang yaitu :

- 1) Undang-undang No 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat
- 2) Undang Undang No 17 Tahun 2000 tentang perubahan Ketiga atas UU No.7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- 3) Keputusan Menteri Agama Nomor 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat.
- 4) Undang-undang tahun 2003 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat.

c. Pengelolaan Zakat

Menurut Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, pengelolaan zakat meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pemanfaatan zakat. Namun, setelah undang- undang ini berlaku selama sekitar sepuluh tahun, pada 25 November 2011, disahkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 yang baru mengenai pengelolaan zakat.

Dengan adanya regulasi atau landasan hukum zakat di Indonesia, lembaga amil zakat diberikan kewenangan yang mengikat untuk menerima, mengelola dan menyalurkan dana zakat kepada mereka yang berhak. Regulasi ini juga memungkinkan lembaga tersebut untuk bertindak secara profesional dalam distribusi dana zakat umat Islam. Tujuan pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No 23 Tahun 2011 adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas administrasi zakat serta memperluas manfaat zakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi masalah sosial (Mubarok & Safitri, 2022).

d. Muzakki dan Mustahiq

Muzakki adalah individu atau lembaga yang dimiliki oleh seorang Muslim dan berkewajiban untuk membayar zakat. Di sisi lain, mustahiq adalah individu atau lembaga yang berhak menerima zakat. Ada delapan golongan yang berhak mendapatkan zakat, yaitu: fakir, miskin, amil, muallaf, hamba sahaya, gharim, fisabilillah, dan ibnu sabil. Ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS At-Taubah 9: 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ قَرِيبَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya

“sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (muallaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.” (QS At-Taubah: 60)

Ayat di atas di jelaskan oleh (Asy-Syafi'i, 2007) dalam Tafsir Al-Imam Asy-Syafi'i bahwa Allah SWT telah mewajibkan sedekah dalam Kitabnya kemudian menegaskan kembali melalui firmanNya sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan. Imam Syafi'i rahimahullah menjelaskan bahwa harta zakat tidak boleh dibagikan secara sembarangan, melainkan harus sesuai dengan aturan pembagian yang telah ditetapkan oleh Allah. Zakat hanya diberikan kepada pihak-pihak yang berhak menerimanya sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an. Bila zakat dikumpulkan dari suatu kelompok masyarakat, maka pembagiannya diprioritaskan untuk

orang-orang di lingkungan terdekat mereka, hingga tidak ada lagi yang membutuhkan di sekitar mereka. Ini menekankan pentingnya pemerataan dan ketepatan sasaran dalam distribusi zakat agar manfaatnya benar-benar dirasakan oleh yang membutuhkan.

Imam Syafi'i juga menyatakan bahwa semua jenis zakat yang diambil dari seorang muslim baik zakat fitrah, zakat hasil tambang, zakat ternak, zakat harta hingga hasil panen memiliki dasar pembagian yang sama, sebagaimana dijelaskan dalam QS. At-Taubah: 60. Tidak ada perbedaan dalam kewajiban ini, baik jumlah zakatnya sedikit maupun banyak. Bahkan Rasulullah SAW telah memberikan ketentuan yang jelas, seperti tidak adanya kewajiban zakat pada unta yang kurang dari lima ekor, atau pada perak dan kurma yang belum mencapai nisab. Dalam tradisi Arab, zakat dan sedekah sering kali disebut dengan istilah yang sama karena makna dan tujuannya serupa, yaitu membersihkan harta dan membantu sesama. Pendekatan ini menunjukkan betapa pentingnya kejelasan syariat dalam pengelolaan dan pendistribusian zakat agar tetap dalam koridor keadilan dan keberkahan (Asy-Syafi'i, 2007).

B. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah komponen vital dalam penelitian yang harus dijawab sebagai bagian dari kesimpulannya. Hipotesis ini merupakan sebuah asumsi yang perlu didukung oleh data yang cukup untuk membuktikan kebenarannya (Mubarok, 2022). Dalam pandangan Sugiyono yang dikutip dari , hipotesis adalah pernyataan yang diambil dari rumusan masalah dalam penelitian. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pemahaman, kepercayaan dan pendapatan dengan kualitas pelayanan

sebagai variabel moderasi, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Sikap dalam Membayar Zakat

Kepercayaan yaitu bentuk sikap atau tindakan yang diambil oleh seseorang sesuai dengan keyakinan yang dimiliki. Pengalaman dan pembelajaran akan mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap sesuatu (Fitriyani & Irkhani, 2022). Dalam TRA kepercayaan terhadap suatu objek atau lembaga dianggap sebagai salah satu sumber pembentukan keyakinan (*belief*) yang kemudian berkontribusi dalam membentuk sikap terhadap suatu perilaku. Sehingga, ketika seseorang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga zakat baik dalam hal pengelolaan dana maupun distribusi, maka ia cenderung membentuk sikap positif terhadap tindakan membayar zakat melalui lembaga tersebut.

Penelitian empiris yang secara langsung mengkaji pengaruh kepercayaan terhadap sikap membayar disampaikan oleh Erpurini & Janah (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen *E-Commerce*” menemukan bahwa kepuasan pada saat bertransaksi berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam membentuk sikap untuk melakukan pembelian ulang di *e-commerce*. Selain itu, penelitian dari (Putri & Kusumawati, 2021) dalam konteks layanan keuangan syariah juga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap institusi syariah mampu membentuk sikap positif terhadap penggunaan layanan tersebut. Berdasarkan teori dan dukungan hasil penelitian terdahulu dalam konteks serupa, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

2. Pengaruh Literasi Zakat terhadap Sikap dalam Membayar Zakat

Menurut Glock dan Soelaeman, (2009) dalam Oktaviani, (2022), literasi agama adalah pengetahuan dasar seseorang tentang kewajiban agamanya. Dalam Islam, konsep literasi muncul sejak turunnya surat Al-‘Alaq ayat 1–5 yang menekankan pentingnya membaca dan mencari ilmu. Dengan demikian, literasi zakat dapat diartikan sebagai pemahaman seseorang terhadap konsep dan kewajiban zakat dalam Islam.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Rini et al., 2017) dan (Pramasdani & Kurniawan, 2020) menunjukkan bahwa literasi memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat. Didukung juga penelitian (Yasa et al., 2024) dengan judul *“Investigation Effects Digital Literacy on Primary Student Attitude in Indonesia”*. Hasil dalam penelitian ini menyatakan variabel literasi (kognitif) berpengaruh positif terhadap sikap siswa terhadap TIK.

H2 : Literasi Zakat Berpengaruh Positif Terhadap *Sikap* Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

3. Sikap Berpengaruh terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat

TRA mendefinikan bahwa sikap terhadap suatu perilaku merupakan evaluasi individu mengenai seberapa baik atau buruknya melakukan suatu perilaku, dimana perilaku tersebut terbentuk dari keyakinan terhadap konsekuensi perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut (Ajzen & Fisbein, 1980).

Sikap merupakan evaluasi kepercayaan (belief) atau perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan

ditentukan. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Wicaksono et al., 2022) dan (Mahfud et al., 2020) menunjukkan bahwa terbukti *sikap* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar. Didukung juga oleh penelitian (Alimusa et al., 2025) yang berjudul “*Determinants of Zakat Compliance Behaviour and Future Direction: A Systematic Literature Review*” pada penelitian ini variabel sikap dan norm subjektif menunjukkan pengaruh positif terhadap minat dan perilaku membayar zakat.

Hasil dari temuan kajian empiris tersebut mengindikasikan bahwa sikap merupakan faktor determinan yang berpengaruh signifikan dalam pembentukan minat, khususnya dalam konteks minat pembayaran zakat

H3: Sikap Berpengaruh Positif terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

4. Norma Subyektif Berpengaruh Terhadap terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Norma Subyektif merupakan persepsi individu yang dipengaruhi oleh lingkungan kehidupannya. Persepsi tersebut adalah sesuatu yang boleh atau tidak dilakukan berdasarkan norma yang berlaku. Menurut (Ajzen & Fisbein, 1980) norma subyektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan atau keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukannya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Yusfiarto et al., 2020) dengan judul “*Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki*”. Penelitian ini menunjukkan variabel sikap dan *norma subjektif* berpengaruh positif terhadap perilaku kepatuhan muzakki

pembayaran zakat. Didukung juga dengan penelitian (Wahyudin et al., 2018) dengan judul “Analisis Intense Membayar Zakat Berdasarkan Planned Behavior Approach (Studi Pada Lazis Baitul Arqam Purwokwero)”. Hasil dalam penelitian ini menyatakan variabel sikap dan *norma subjektif* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku muzakki dalam membayar zakat)

H4: Norma Subyektif Berpengaruh Positif terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Kota Malang

5. Sikap Memediasi Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzakki dalam dalam Membayar Zakat

TRA mendefinikan bahwa sikap terhadap suatu perilaku merupakan evaluasi individu mengenai seberapa baik atau buruknya melakukan suatu perilaku, dimana perilaku tersebut terbentuk dari keyakinan terhadap konsekuensi perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut (Ajzen & Fisbein, 1980). Dalam kaitannya Sikap merupakan evaluasi kepercayaan (belief) atau perasaan positif atau negative dari seseorang. Dalam penelitian (Erpurini & Janah, 2022) dan (William & Tjokrosaputro, 2021) menemukan bahwa sikap berperan sebagai mediator antara perceived usefulness dan intention to use. Adapun temuan serupa juga dikemukakan oleh (Rahman et al., 2022) yang berjudul “*Business Zakat Payment Compliance among Small Business Owners in Kedah, Malaysia: Mediation Effects of Awareness and Attitude*”, menyatakan bahwa sikap ditemukan memediasi antara kesadaran dan niat untuk mematuhi pembayaran zakat. Temuan-temuan tersebut secara keseluruhan memperkuat bahwa sikap memiliki peran mediasi yang penting dalam membentuk minat,

termasuk dalam konteks zakat.

H5: Sikap Memediasi Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

6. Sikap Memediasi Pengaruh Literasi Zakat terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap berperan penting sebagai variabel mediasi dalam menjembatani pengaruh faktor kognitif terhadap minat atau intensi. Dalam penelitian (Frensiska et al., 2024) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Melalui Peran Mediasi Sikap” ditemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melalui peran mediasi sikap. Hal ini menunjukkan bahwa ketika individu merasa suatu hal mudah dilakukan maka akan terbentuk sikap positif yang kemudian mendorong minat untuk bertindak.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Amin & Shaikh, 2025) dengan judul “*Zakat Al-Mustaghallat For Malaysian Landlords of Residential Properties*”. Hasil studi ini menyatakan bahwa *sikap* mampu memediasi pengaruh altruism, sosial, informasi serta efeksi diri terhadap minat membayar zakat. Demikian pula dalam penelitiannya (Daffa & Sumadi, 2023) berjudul “Minat Beli Sepeda Motor Vespa Melalui Faktor Intervening Sikap”, menemukan bahwa sikap secara signifikan memediasi pengaruh kualitas produk, citra merek, negara asal, dan harga terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara beberapa variabel dengan minat atau intensi individu. Berdasarkan temuan tersebut, dalam konteks penelitian

ini diasumsikan bahwa literasi zakat dapat membentuk sikap positif terhadap kewajiban menunaikan zakat, yang pada akhirnya mendorong munculnya minat (intensi) muzakki untuk membayar zakat..

H6: Sikap Memediasi Pengaruh Literasi terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat.

7. *Emotional Disconnect* Memoderasi Sikap terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Emotional disconnect dapat berfungsi sebagai faktor moderasi yang mempengaruhi hubungan antara sikap dan minat muzakki untuk membayar zakat. Sikap yang positif terhadap zakat, yang ditentukan oleh keyakinan individu mengenai manfaat dan kewajiban membayar zakat, sangat penting dalam membentuk niat untuk berperilaku patuh. Namun, ketika terjadi *emotional disconnect*. Seperti misalnya, jika muzakki merasa terasing dari komunitas atau tidak percaya pada lembaga pengelola zakat, sikap positif yang mereka miliki terhadap zakat mungkin tidak cukup untuk mendorong tindakan nyata (Aknin et al., 2013).

Emotional disconnect dapat mengurangi efektivitas sikap positif, sehingga meskipun muzakki memiliki keyakinan bahwa membayar zakat adalah tindakan baik dan bermanfaat, ketidakmampuan untuk merasa terhubung secara emosional dengan komunitas atau program zakat dapat menghambat niat mereka untuk berkontribusi (Korchmaros & Kenny, 2001). Sebaliknya, jika muzakki merasakan keterhubungan emosional yang kuat dengan komunitas dan memahami dampak positif dari zakat, sikap positif mereka terhadap zakat akan lebih mudah terwujud dalam tindakan nyata.

Dengan demikian, *emotional disconnect* berperan sebagai penghalang yang mengurangi kekuatan sikap dalam mendorong minat muzakki untuk membayar zakat.

H7: *Emotional Disconnect* Memoderasi Sikap terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

8. *Emotional Disconnect* Memoderasi Norma Subyektif terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Emotional disconnect dapat berfungsi sebagai moderator yang memengaruhi hubungan antara norma subjektif dan minat muzakki untuk membayar zakat (Korchmaros & Kenny, 2001). Norma subjektif mencakup persepsi individu tentang harapan dan dukungan dari orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, dan masyarakat yang berpengaruh pada keputusan mereka untuk berperilaku. Ketika muzakki memiliki norma subjektif yang kuat. Seperti misalnya, keyakinan bahwa membayar zakat adalah norma yang diterima dan didukung oleh orang-orang di sekitar mereka. Hal ini akan dapat meningkatkan niat mereka untuk membayar zakat.

Namun, jika muzakki mengalami *emotional disconnect*, seperti merasa terasing dari komunitas atau tidak merasakan dukungan emosional dari lingkungan sosialnya, pengaruh norma subjektif tersebut dapat berkurang (Aknin et al., 2013). Meskipun norma subjektif mungkin masih ada, ketidakmampuan untuk merasakan keterhubungan emosional dapat mengurangi motivasi mereka untuk mengikuti norma tersebut. Dalam situasi ini, norma subjektif yang seharusnya memotivasi muzakki untuk membayar zakat bisa jadi tidak efektif. Sebaliknya, ketika muzakki merasakan koneksi

emosional yang kuat dengan komunitas dan dapat melihat dukungan dari orang-orang terdekat, norma subjektif akan lebih berpengaruh dalam membentuk niat mereka untuk memenuhi kewajiban zakat. Dengan demikian, *emotional disconnect* berperan sebagai penghalang yang mengurangi kekuatan norma subjektif dalam memotivasi muzakki untuk membayar zakat.

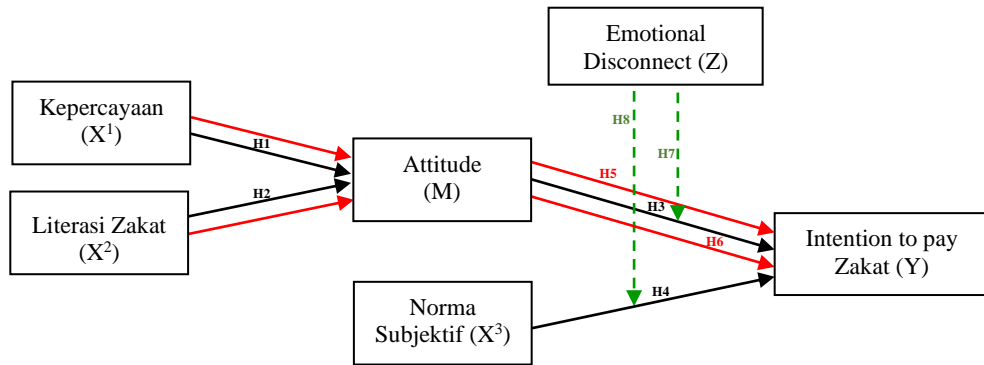
H8: *Emotional Disconnect* Memoderasi Norma Subyektif terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat.

C. Kerangka Alur Pikir Penelitian

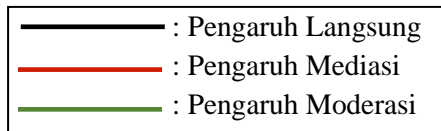
Interaksi antara komponen-komponen ini menghasilkan minat individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Kombinasi dari berbagai komponen tersebut dapat memperkuat atau melemahkan tindakan individu.

Sikap, Norma Subyektif dan dengan adanya dorongan kepercayaan, Literasi Zakat, serta *Emotional Disconnect* dapat berperan dalam meningkatkan atau mengurangi minat muzakki membayar zakat. Berdasarkan Teori kecenderungan perilaku TRA kerangka penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Alur Pikir Penelitian



Keterangan:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif (explanatory). Pendekatan ini didasarkan pada filosofi positivisme yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh antar variabel melalui analisis statistik (Hamzah & Kurniawan, 2020). Secara umum, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai pendekatan penelitian yang berfokus pada fakta dan fenomena yang dapat diukur secara konkret (Sugiono, 2019). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada muzaki OPZ Malang Raya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat muzakki dalam membayar zakat.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Malang Raya yang terdiri dari tiga daerah administratif, yaitu Kabupaten Malang, Kota Malang dan Kota Batu. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya potensi zakat, infak dan sedekah ZIS yang belum tergarap secara optimal. Berdasarkan data tahun 2024 jumlah penduduk di Kabupaten Malang mencapai 2.711.103 jiwa, Kota Malang sebanyak 885.271 jiwa dan Kota Batu sebanyak 220.196 jiwa sehingga total penduduk Malang Raya berjumlah 3.816.570 jiwa. Sementara itu, realisasi penghimpunan ZIS melalui OPZ di wilayah ini masih tergolong rendah yakni hanya sebesar Rp18.400.313.849. Jumlah tersebut terdiri dari kontribusi BAZNAS Kabupaten Malang sebesar Rp11.582.213.221. BAZNAS Kota Malang sebesar Rp1.950.832.951, LAZ Amal Sosial As-Sholihwah Malang sebesar Rp2.177.504.827, LAZ Khoiru Ummah Sawojajar sebesar Rp1.254.319.520 dan

BAZNAS Kota Batu sebesar Rp1.435.443.330. Oleh karena itu, wilayah Malang Raya dipandang relevan untuk dijadikan lokasi penelitian dalam mengkaji tingkat partisipasi muzakki serta efektivitas penghimpunan Zakat melalui OPZ.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan objek dan subjek dalam suatu wilayah yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan (Sugiono, 2017). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud mencakup muzakki OPZ Malang Raya yang dianggap mewakili kelompok muzakki yang membayar zakat di OPZ Malang Raya. Populasi ini dipilih karena relevansi dan potensinya dalam memberikan data yang mendukung tujuan penelitian.

2. Sampel Penelitian

Menurut Bawono, (2006) sampel adalah subjek atau objek yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, populasi yang berjumlah besar seringkali menghadirkan tantangan bagi peneliti karna keterbatasan sumber daya seperti tenaga, anggaran dan waktu. Oleh karna itu sampel diambil sebagai representasi sebagian populasi dengan syarat mampu mencerminkan karakteristik umum populasi secara keseluruhan. Pemilihan sampel yang tepat menjadi kunci dalam memastikan validasi dan keakuratan hasil penelitian.

Penelitian ini menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Riyanto & Putera, 2022) dengan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%). Tingkat kesalahan sebesar 5% dipilih karena merupakan standar yang umum digunakan

dalam penelitian sosial dengan tingkat presisi moderat. populasi muzakki di Malang Raya sebanyak 40.120 jiwa, dan dari populasi tersebut diperoleh 396 sampel responden. Jumlah sampel ini diperoleh melalui perhitungan sebagai berikut:

Rumus Slovin:

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

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (40.120)

e = Tingkat Kesalahan (0,05)

Perhitungan:

$$n = \frac{40.120}{1 + 40.120 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{40.120}{1 + 100,3}$$

$$n = \frac{40.120}{101,3} = 396$$

$$n = 396$$

D. Teknik Pengumpulan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probability sampling dengan tehnik purposive sampling. Menurut (Sugiono, 2017), *non-probabilty sampling* adalah tehnik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota popolasi untuk terpilih sebagai sampel. Sementara itu, purposive sampling adalah Teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, sesuai dengan yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini kriteria sampel sebagai berikut:

1. Berdomisili di Malang Raya
2. Memiliki penghasilan

3. Masyarakat yang membayar zakat di OPZ Malang Raya
4. Usia dewasa produktif (minimal 20 tahun)
5. Tingkat pendidikan minimal SMA/Sederajat

E. Data dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sesuai dengan pola yang telah ditentukan oleh peneliti. Data primer diperoleh dari tanggapan responden terkait pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Metode penyebaran kuesioner dalam penelitian ini akan dilakukan secara daring melalui media sosial kepada Muzakki yang berdomisili di Malang Raya mengingat masyarakat umumnya aktif dalam bersosial media. Penyebaran kuesioner melalui sosial media dilakukan dengan mengirim link kuesioner salah satunya melalui WhatsApp dan akan langsung terhubung pada pernyataan-pernyataan terkait penelitian dalam google form. Selain itu, kuesioner juga akan dibagikan secara langsung untuk menjangkau responden yang kurang aktif dalam penggunaan teknologi dan sosial media.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari hasil laporan, publikasi dan dokumen-dokumen pendukung penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, artikel, website dan laporan tahunan OPZ Malang Raya dan kajian ilmiah lainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan dalam proses tersebut, seperti kuesioner, wawancara, observasi, tes dan dokumentasi. Alat pengumpulan data merujuk pada instrumen yang digunakan untuk menerapkan teknik yang dipilih antara lain berupa kuesioner terbuka atau tertutup, panduan wawancara, lembar observasi dan checklist. Teknik dan alat yang digunakan bersifat saling terkait dan disesuaikan dengan pendekatan penelitian yang diterapkan. (Amijaya, 2010).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada muzakki yang terdaftar pada OPZ di wilayah Malang Raya. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yang kemudian dijabarkan ke dalam item-item pertanyaan. Setiap item pertanyaan menggunakan skala Likert yang menunjukkan hasil positif dan negatif. Adapun pengukuran skala Likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

G. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah hal yang tidak akan tertinggal dari penelitian apapun. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang di dalamnya peneliti menentukan bentuk yang akan diteliti untuk memperoleh informasi tentangnya dan

kemudian menarik kesimpulan. Menurut (Dennis, 2018), definisi operasional ialah suatu yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang dapat diamati dari konten yang didefinisikan atau mengubah konsep variabel menjadi alat pengukuran. Adapun variabel yang akan dianalisa dalam penelitian ini terbagi menjadi dua variabel bebas (independent), variabel terikat (dependent), variabel Mediasi dan variabel Moderasi.

1. Variabel Bebas (independent)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau munculnya variabel terikat (dependent) (Sugiyono, 2013). Adapun yang menjadi variabel bebas adalah kepercayaan (Trust), dan literasi zakat (LZ) dan Norma Subyektif (NS).

2. Variabel Terikat (dependent)

Variabel terikat atau dependent merupakan variabel yang muncul karena pengaruh dari variabel bebas atau independent (Sugiono, 2013) . Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Muzakki Membayar Zakat (Int) di Organisasi Pengumpul Zakat OPZ Malang Raya.

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan atau menjadi perantara dalam hubungan antara dua variabel lainnya. Dalam hal ini, variabel mediasi membantu menjelaskan bagaimana atau mengapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Sikap (Att)

4. Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara dua variabel lainnya. Variabel ini dapat memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Emotional Disconnect* (ED)

Variabel didefinisikan secara operasional yang dengan tujuan untuk mempermudah dalam menentukan hubungan antara variabel dan ukurannya. Apabila tidak ada definisi operasional variabel, maka akan sulit bagi peneliti untuk menentukan ukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Kepercayaan

Kepercayaan yaitu bentuk sikap atau tindakan yang diambil oleh seseorang sesuai dengan keyakinan yang dimiliki. Pengalaman dan pembelajaran akan mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap sesuatu .

2. Variabel Literasi Zakat

Literasi zakat merupakan kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya Tingkat kesadaran dalam membayar zakat akan semakin tinggi.

3. Variabel Norma Subjektif

Norma subyektif mempunyai dari dua hal, yakni keyakinan akan harapan normatif yang ditunjukkan kepada perilaku kepatuhan dan motivasi untuk mematuhi setiap harapan-harapan normatif yang ditunjukkan tersebut.

4. Variabel Sikap

Sikap diartikan sebagai kecenderungan seorang individu untuk dapat merespon melalui cara yang khusus terhadap stimulus yang ada pada lingkungan sosial. Selain itu juga dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk mendekat atau menghindar, positif atau negatif terhadap berbagai keadaan sosial, apakah itu institusi, ide, situasi, pribadi, konsep, dan lain-lainnya.

5. Variabel *Emotional Disconnect*

Emotional disconnect adalah kondisi di mana terdapat kurangnya koneksi emosional atau pemahaman antara individu yang dapat terjadi dalam berbagai konteks hubungan, seperti hubungan pribadi, sosial atau profesional.

6. Variabel Minat

Minat adalah sebuah keinginan yang bersumber dari hati seseorang tanpa adanya rasa paksaan. Minat juga berkaitan dengan perasaan seseorang suka atau senang terhadap suatu objek tertentu.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen memegang peranan penting dalam penelitian kuantitatif, karena kualitas data yang digunakan sangat bergantung pada kualitas instrumen yang digunakan. Artinya data yang dimaksud dapat merepresentasikan dan mencerminkan keadaan hal-hal yang diukur pada objek penelitian, yang dapat menjadi justifikasi pengujian lebih lanjut. Dalam penelitian ini indikator dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Kepercayaan (Trust) (Muazza, 2023), (Mayer et al., 1995), (Haning & Tahili, 2021)	<i>Ability</i>	Saya percaya OPZ mampu mengelola dana zakat dengan baik
	<i>Integriti</i>	Saya yakin OPZ berpegang teguh pada kejujuran dalam mengelola zakat
	<i>Trust in transaction</i>	Saya percaya data pribadi saya dijaga dengan baik oleh sistem yang dimiliki oleh OPZ
	<i>Trust in service</i>	Saya tidak khawatir zakat saya disalahgunakan oleh OPZ
		Saya percaya bahwa OPZ memiliki sistem yang tepat dalam menyalurkan zakat.
Literasi Zakat (LZ) (PUSKAS-BAZNAS, 2019)	Pengetahuan dasar tentang zakat	Saya mengetahui bahwa penerima zakat terdiri dari 8 golongan.
		Saya mengetahui cara menghitung zakat penghasilan
	Pengetahuan lanjutan tentang zakat	Selain untuk membersihkan harta dan jiwa, zakat berdampak bagi kesejahteraan sosial
		Saya mengetahui adanya program penyaluran zakat seperti beasiswa dan bantuan modal usaha.
		Saya tahu bahwa zakat bisa disalurkan melalui organisasi resmi seperti BAZNAS atau LAZ.
Sikap/Attitude (Att) (Ajzen & Fisbein, 1980) (Minarto et al., 2021)	Persepsi konsekuensi perilaku	Saya merasa senang membayarkan kewajiban zakat saya melalui OPZ
	Probabilitas hasil dari perilaku	Saya tertarik untuk membayar zakat melalui OPZ
	Penilaian terhadap hasil	Membayar zakat di OPZ merupakan hal yang positif
	Tingkat penghargaan terhadap konsekuensi	Saya mendukung kegiatan pembayaran zakat melalui OPZ
		Saya merasa bangga menjadi bagian dari sistem zakat nasional yang dikelola dengan baik.
Subjective Norms (NS) (Ajzen & Fisbein, 1980), (Nickerson, 2023), (Erlinda, 2023)	Keyakinan terhadap harapan orang terdekat.	Keluarga saya menyarankan saya untuk membayar zakat melalui OPZ
	Harapan lingkungan sosial mendukung.	Teman-teman saya berpikir saya sebaiknya menggunakan layanan OPZ
	Dorongan menyesuaikan dengan norma sosial.	Saya membayar zakat di OPZ karena sesuai dengan kebiasaan lingkungan di sekitar saya
	Motivasi agar	Sebagian besar teman-teman saya membayar

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
	diterima lingkungan	zakat melalui OPZ
		Membayar zakat melalui OPZ memberikan citra yang lebih baik di mata lingkungan saya.
Emotional Disconnect (ED) (Aknin et al., 2013),(Korchmaros & Kenny, 2001)	Kurangnya Empati	Saya merasa tidak memiliki keterikatan dengan mustahik menerima zakat melalui OPZ
	Komunikasi yang minim	Saya tidak mendapat informasi/cerita dari penerima zakat yang saya bantu melalui OPZ
		Saya merasa tersentuh jika melihat langsung penerima zakat dibandingkan membaca laporan organisasi
	Penurunan Kebahagiaan	Memberikan zakat melalui OPZ terasa kurang bermakna jika dibanding menyalurkannya secara langsung
		Saya merasa ada yang kurang secara batin ketika tidak berinteraksi langsung dengan penerima zakat
	Minat (Int) (Ajzen & Fisbein, 1980),(Rosalinda et al., 2021), (Idris, 2024)	Ketertarikan emosional
Saya merasa termotivasi untuk rutin membayar zakat melalui OPZ		
Kesiapan melakukan Tindakan		Saya berencana membayar zakat secara rutin melalui OPZ
		Saya berniat untuk membayar zakat melalui OPZ dalam waktu dekat.
		Saya siap meluangkan waktu untuk mengikuti sosialisasi atau kegiatan OPZ

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

I. Teknik Analisis Data

1. Structural Equation Modeling- Partial Least Square (PLS- SEM)

Analisi data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Software SmartPLS-SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Modeling*). PLS-SEM berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta bekemampuan melakukan analisis-analisis dalam sekali pengujian. Tujuan PLS-SEM adalah membantu peneliti untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut

(Ghozali, 2018) metode PLS-SEM mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan *Partial Least Square* karena penelitian ini merupakan variabel laten yang diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci. Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

a. Uji Outer Model

1) Validitas Data

a). Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dengan menggunakan indikator reflektif dinilai berdasarkan factor atau korelasi antara setiap item dengan skor konstruk yang diukur oleh indikator indikator tersebut. Indikator dianggap valid jika nilai korelasinya diatas 0,70. Namun dalam penelitian tahap pengembangan, nilai loading factor sebesar 0,5- 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2018). Role of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* >0.7, *communality* >0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) >0.5 (Chin, (1995) dalam Abdillah & Jogiyanto 2021).

b). Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan ditentukan menggunakan akar AVE dan korelasi variabel laten, serta dengan meninjau cross loading factor dari setiap variabel. Nilai ini adalah cross loading factor yang berguna untuk menilai apakah sebuah konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai. Hal ini dilakukan dengan

membandingkan nilai *cross loading factor* pada konstruk yang dituju dengan nilai *cross loading factor* konstruk lainnya (Ghozali, 2018).

2) Uji Reabilitas

Uji reabilitas dalam PLS-SEM digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari alat ukur. Reabilitas menunjukkan seberapa akurat, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reabilitas dalam PLS-SEM dapat dilakukan dengan dua metode sebagai berikut : (Ghozali, 2018)

a) *Composite Reliability*

Composite reliability adalah alat yang digunakan untuk menentukan nilai sesungguhnya dari reabilitas suatu konstruk. Nilai *composite reliability* diperoleh lebih baik ketika menghitung konsistensi internal suatu konstruk. *rule of thumb* untuk *composite reliability* adalah lebih dari 0,7 meskipun nilai dibawah 0,6 masih dapat diterima.

b) *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dan memastikan nilai dari *composite reliability*. *Rule of thumbnya* adalah diatas 0,7 dapat diterima dan nilai alda diatas 0,8 dianggap lebih baik.

b. Uji Inner Model

1). *R Square (R²)*

Untuk memulai evaluasi model structural, nilai *R Square* untuk masing-masing variabel laten endogen digunakan sebagai kekuatan prediksi dari model structural. Nilai *R Square* yang merupakan uji goodness fit model structural. *R Square* dengan nilai 0,75, 0, 50 dan 0, 25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Furadantin, 2018).

2). *Q Square (Q²)*

Analisis blindfolding digunakan untuk menilai tingkat relevansi prediksi model konstruk. Proses analisis tersebut menggunakan nilai *Q Square*. Jika nilai *Q Square* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sebuah model konstruk adalah valid. Ini berarti bahwa variabel endogen yang diprediksi oleh variabel eksogen sudah tepat (Ghozali, 2018)

3). *Evaluasi Goodness of fit*

Goodness of fit digunakan untuk mengevaluasi kelayakan suatu model dengan data. Nilai normed fit index (NFI) berkisar mulai dari 0 hingga 1 didapat dari perbandingan antara model yang diproyeksikan dengan model independen tertentu, jika nilai NFI mendekati 1, maka model tersebut memiliki kecocokan yang tinggi (Ghozali, 2018) Adapun nilai *Goodness of Fit* dapat dicari menggunakan rumus sebagai berikut :

$$GOf = \sqrt{Com \times R^2}$$

Dimana :

Average Commnalities diwakili oleh Com, dan rata rata model R²

diwakili oleh R² bergaris diatas

J. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS- SEM) yang meliputi pengujian hubungan langsung, hubungan tidak langsung (mediasi) serta pengujian interaksi (moderasi). Seluruh pengujian dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* untuk memperoleh nilai signifikansi masing-masing jalur dalam model.

1. Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel-variabel dalam model, yaitu dari variabel independen terhadap variabel dependen, dari variabel independen terhadap variabel mediasi, serta dari variabel mediasi terhadap variabel dependen. Selain itu, dilakukan pula pengujian pengaruh langsung variabel moderasi terhadap variabel dependen.

Analisis dilakukan dengan memperhatikan nilai t-statistik dan p-value pada hasil bootstrapping. Pengaruh dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistik > 1,96 (pada tingkat signifikansi 5%).

2. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) / Mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel mediasi berperan sebagai perantara dalam hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai pengaruh tidak langsung (indirect effect) yang dihasilkan melalui proses bootstrapping. Jika nilai indirect effect signifikan (t-statistik > 1,96), maka dapat disimpulkan bahwa mediasi terjadi (Furadantin, 2018).

3. Uji Moderasi (Moderating Effect)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi memiliki pengaruh dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membentuk variabel interaksi (interaction term) antara variabel independen dan variabel moderasi. Selanjutnya, dilakukan bootstrapping untuk menilai signifikansi jalur interaksi tersebut. Jika nilai interaksi signifikan (t -statistik $> 1,96$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali & Latan, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Kondisi demografis dan perkembangan wilayah Malang Raya yang meliputi Kabupaten Malang, Kota Malang dan Kota Batu menggambarkan dinamika urbanisasi dan pertumbuhan wilayah yang cukup signifikan di Jawa Timur. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur (BPS Jatim, 2024), jumlah total penduduk di ketiga wilayah tersebut mencapai 3.816.570 jiwa pada tahun 2024. Kabupaten Malang masih menjadi wilayah dengan jumlah penduduk terbesar, disusul oleh Kota Malang sebagai pusat pendidikan dan perdagangan, serta Kota Batu yang dikenal sebagai kawasan wisata unggulan. Pertumbuhan penduduk ini menciptakan potensi ekonomi dan sosial yang besar, termasuk dalam konteks pengumpulan dan pengelolaan zakat

Berdasarkan data OPZ jumlah muzakki yang menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi di wilayah ini hanya sebanyak 40.120 orang. Angka ini menunjukkan tingkat partisipasi yang masih sangat rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang mayoritas beragama Islam. Rendahnya tingkat partisipasi muzakki di Malang Raya menjadi salah satu indikator bahwa potensi zakat di daerah ini belum tergarap secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi muzakki serta strategi peningkatan penghimpunan ZIS di wilayah Malang Raya. Berikut ditampilkan dalam Tabel 4.1. Total dan Pembayaran ZIS melalui OPZ Malang Raya.

Tabel 4.1 Data Muzakki dan Pembayaran ZIS OPZ Malang Raya 2024

Organisasi Pengelola Zakat	Capaian per tahun 2024 (Rp)			Jumlah Muzakki
	Zakat	Infaq/sedekah	Total	
BAZNAS Kabupaten Malang	8,313,721,909	3,268,491,312	11,582,213,221	12,832
BAZNAS Kota Malang	580,342,698	1,370,490,253	1,950,832,951	1,649
LAZ Amal Sosial As-Shohwah Malang	1,084,466,250	1,093,038,577	2,177,504,827	5,781
LAZ Khoiru Ummah Sawojajar	122,246,866	1,132,072,654	1,254,319,520	1,439
BAZNAS Kota Batu	297,064,122	1,138,379,208	1,435,443,330	18,419
Total ZIS dan Muzakki Malang Raya 2024			18,400,313,849	40,120

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dari table 4.1 dapat dilihat BAZNAS Kabupaten Malang pada tahun 2024 berhasil menghimpun dana ZIS sebesar Rp11.582.213.221 dari 12.832 muzakki, dengan rincian zakat Rp8.313.721.909 dan infaq/sedekah Rp3.268.491.312. Dengan jumlah penduduk terbesar di Malang Raya, capaian ini menandakan bahwa BAZNAS Kabupaten Malang menjadi OPZ utama dalam penghimpunan dana sosial keagamaan di wilayahnya, namun jumlah muzakki yang berpartisipasi masih jauh dari total populasi yang berpotensi wajib zakat (PUSKAS, 2023).

BAZNAS Kota Malang mencatat penghimpunan ZIS sebesar Rp1.950.832.951 dari 1.649 muzakki, terdiri dari zakat Rp580.342.698 dan infaq/sedekah Rp1.370.490.253. Dengan jumlah penduduk Kota Malang sebanyak 885.271 jiwa, tingkat partisipasi muzakki melalui BAZNAS Kota Malang masih sangat rendah, menandakan perlunya strategi peningkatan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

LAZ Amal Sosial As-Shohwah Malang menghimpun dana ZIS sebesar Rp2.177.504.827 dari 5.781 muzakki,. Jumlah muzakki yang cukup signifikan ini menunjukkan keberhasilan LAZ As-Shohwah dalam membangun jaringan dan kepercayaan masyarakat. Selain itu LAZ Khoiru Ummah Sawojajar mengumpulkan dana ZIS sebesar Rp1.254.319.520 dari 1.439 muzakki, meskipun secara persentase masih kecil dibandingkan potensi penduduk Muslim di Kota Malang Capaian ini memperlihatkan bahwa kontribusi infaq/sedekah masih sangat dominan di LAZ Kota Malang dan partisipasi muzakki masih perlu terus ditingkatkan.

BAZNAS Kota Batu mencatat penghimpunan ZIS sebesar Rp1.435.443.330 dari 18.419 muzakki, terdiri dari zakat Rp297.064.122 dan infaq/sedekah Rp1.138.379.208. Dengan jumlah penduduk 220.196 jiwa, tingkat partisipasi muzakki di Kota Batu relatif tinggi secara persentase, akan tetapi nominal penghimpunan zakat masih lebih kecil dibandingkan infaq/sedekah serupa dengan pola di OPZ lain di Malang Raya

B. Profil Demografis Umum Responden

Penelitian ini memaparkan terlebih dahulu karakteristik demografis dari 400 responden sebelum analisis lebih lanjut dilakukan. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, jenis pekerjaan dan usia responden. Distribusi data disajikan pada Tabel 5.1 berikut.

Tabel 4.2 Profil Demografis Responden Populasi Umum

Karakteristik	Frekuensi
Jenis Kelamin	
Laki-laki	262
Perempuan	138
Total	400
Jenis Pekerjaan	
Pegawai Swasta	178
Pelajar/Mahasiswa	60
PNS	136
Yang lain	25
Total	400
Usia Responden	
< 20 Tahun	15
21 – 29 Tahun	137
30 – 40 Tahun	208
> 40 Tahun	40
Total	400

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dilihat dari Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa penelitian ini melibatkan 400 responden. Distribusi berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan bahwa responden laki-laki berjumlah 262 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 138 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa partisipasi laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan dalam penelitian ini. Berdasarkan kategori pekerjaan, responden didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 178 orang. Selanjutnya, 136 orang merupakan pegawai negeri sipil (PNS) sementara 60 orang berstatus pelajar atau mahasiswa dan 25 orang lainnya berasal dari kategori pekerjaan lain. Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok masyarakat yang aktif bekerja di sektor formal, baik swasta maupun pemerintahan.

Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 30–40 tahun sebanyak 208 orang, diikuti kelompok usia 21–29 tahun sebanyak 137 orang. Sementara itu, kelompok usia di atas 40 tahun berjumlah 40 orang dan

responden berusia di bawah 20 tahun hanya 15 orang. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif, sehingga diharapkan dapat memberikan pandangan yang representatif terhadap fenomena yang diteliti.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap angket yang disebarkan dan menguraikan secara rinci variabel Trust (Kepercayaan), LZ (Literasi zakat), NS (Norms subjektif), M (*Attitude*), Z (*Emotional disconnect*) dan Y (Minat). Distribusi frekuensi yang akan dipaparkan diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden. Berikut merupakan hasil temuan distribusi frekuensi jawaban responden dalam penelitian ini:

1. Deskripsi Variabel Kepercayaan

Terdapat 4 indikator Variabel Trust (Kepercayaan) dalam penelitian ini yakni *Ability*, *Integrity*, *Trust in transaction* dan *Trust in service*. 4 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan Secara detail persepsi responden terhadap variabel Kepercayaan disajikan pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Trust.1	5	1.3	45	11.3	47	11.8	214	53.5	89	22.3	400	3.84
Trust.2	4	1.0	29	7.3	75	18.8	206	51.5	86	21.5	400	3.85
Trust.3	8	2.0	49	12.3	78	19.5	155	38.8	110	27.5	400	3.78
Trust.4	13	3.3	60	15.0	61	15.3	195	48.8	71	17.8	400	3.63
Trust.5	11	2.8	36	9.0	63	15.8	208	52.0	82	20.5	400	3.79

Sumber: Data dioleh peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, persepsi responden terhadap tingkat kepercayaan pada OPZ digunakan lima butir pernyataan. Sebanyak 73,0% responden setuju

dan sangat setuju bahwa OPZ berpegang teguh pada kejujuran dalam mengelola zakat (Trust.2), sedangkan 8,3% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju dan 18,8% bersikap netral. Sebaliknya, 66,6% responden setuju atau sangat setuju bahwa tidak ada kekhawatiran zakat disalahgunakan oleh OPZ (Trust.4), sementara 18,3% tidak setuju atau sangat tidak setuju dan 15,3% netral. Secara umum, responden setuju bahwa OPZ memiliki tingkat kepercayaan yang baik dengan kisaran rata-rata nilai indikator antara 3,63 hingga 3,85. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang positif terhadap OPZ, meskipun sebagian kecil masih menyimpan kekhawatiran mengenai penyalahgunaan zakat.

2. Deskripsi Variabel LZ (Literasi Zakat)

Terdapat 4 indikator Variabel LZ (Literasi Zakat) dalam penelitian ini yakni Pengetahuan zakat secara umum, Pengetahuan perhitungan objek zakat dan Pengetahuan tentang dampak zakat dan Pengetahuan terhadap program penyaluran zakat. 4 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan. Secara detail persepsi responden terhadap variabel Literasi zakat disajikan pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Literasi Zakat

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
LZ.1	9	2.3	45	11.3	72	18.0	200	50.0	74	18.5	400	3.71
LZ.2	14	3.5	74	18.5	83	20.8	165	41.3	64	16.0	400	3.48
LZ.3	13	3.3	52	13.0	92	23.0	167	41.8	76	19.0	400	3.60
LZ.4	13	3.3	67	16.8	78	19.5	191	47.8	51	12.8	400	3.50
LZ.5	15	3.8	54	13.5	80	20.0	168	42.0	83	20.8	400	3.63

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4, untuk mengukur tingkat literasi zakat digunakan

lima butir pernyataan. Sebanyak 68,5% responden setuju atau sangat setuju bahwa penerima zakat terdiri dari 8 golongan (LZ.1) menunjukkan pemahaman yang baik terkait golongan penerima zakat. Sebaliknya, 57,3% responden setuju atau sangat setuju bahwa mereka mengetahui cara menghitung zakat penghasilan (LZ.2), sementara 22,0% responden tidak setuju atau sangat tidak setuju. Secara umum, responden setuju bahwa tingkat literasi zakat terhadap program dan pengelolaan zakat yang dilakukan OPZ tergolong baik dengan kisaran rata-rata nilai indikator antara 3,48 hingga 3,71, meskipun sebagian responden masih belum sepenuhnya memahami perhitungan zakat penghasilan.

3. Deskripsi Variabel M

Terdapat 4 indikator Variabel M dalam penelitian ini yakni Persepsi konsekuensi perilaku, Probabilitas hasil dari perilaku, Penilaian terhadap hasil dan Tingkat penghargaan terhadap konsekuensi. 4 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan. Secara detail persepsi responden terhadap variabel Literasi zakat disajikan pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Sikap

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
M.1	6	1.5	42	10.5	76	19.0	219	54.8	57	14.3	400	3.70
M.2	17	4.3	32	8.0	95	23.8	193	48.3	63	15.8	400	3.63
M.3	8	2.0	37	9.3	96	24.0	148	37.0	111	27.8	400	3.79
M.4	18	4.5	26	6.5	91	22.8	188	47.0	77	19.3	400	3.70
M.5	9	2.3	30	7.5	91	22.8	204	51.0	66	16.5	400	3.72

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel Sikap adalah M.3 sebesar 3,79 dengan pernyataan bahwa membayar zakat di OPZ merupakan hal yang positif. Sebanyak 64,8% responden setuju atau

sangat setuju dengan pernyataan ini, sedangkan 10,2% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sebaliknya, indikator terendah adalah M.2 sebesar 3,63 dengan pernyataan bahwa responden tertarik untuk membayar zakat melalui OPZ, dengan 64,1% responden setuju dan sangat setuju dan 12,5% tidak setuju atau sangat tidak setuju. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap positif terhadap pembayaran zakat melalui OPZ dengan kisaran rata-rata indikator antara 3,63 hingga 3,79 yang menggambarkan adanya perasaan senang, kebanggaan dan dukungan terhadap pengelolaan zakat yang terstruktur.

4. Deskripsi Variabel NS (Norma Subjektif)

Terdapat 4 indikator Variabel NS (Norma Subjektif) dalam penelitian ini yakni Keyakinan terhadap harapan orang terdekat, Harapan lingkungan sosial mendukung, Dorongan menyesuaikan dengan norma sosial dan Motivasi agar diterima lingkungan. 4 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan. Secara detail persepsi responden terhadap variabel norma subjektif disajikan pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Norma Subjektif

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
NS.1	42	10.5	111	27.8	88	22.0	130	32.5	29	7.3	400	2.98
NS.2	28	7.0	92	23.0	107	26.8	132	33.0	41	10.3	400	3.17
NS.3	23	5.8	71	17.8	99	24.8	155	38.8	52	13.0	400	3.36
NS.4	24	6.0	85	21.3	88	22.0	146	36.5	57	14.3	400	3.32
NS.5	28	7.0	83	20.8	110	27.5	143	35.8	36	9.0	400	3.19

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6, persepsi responden terhadap norma subjektif pada pembayaran zakat di OPZ diukur menggunakan beberapa butir pernyataan. Sebanyak 51,8% responden setuju atau sangat setuju bahwa mereka membayar

zakat di OPZ karena sesuai dengan kebiasaan lingkungan sekitar (NS.3), menunjukkan bahwa faktor kebiasaan sosial berpengaruh cukup kuat terhadap perilaku responden. Sebaliknya, hanya 38,3% responden setuju atau sangat setuju bahwa keluarga menyarankan mereka untuk membayar zakat melalui OPZ (NS.1), sementara 38,3% responden tidak setuju atau sangat tidak setuju. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa norma subjektif dalam pembayaran zakat melalui OPZ dipengaruhi lebih kuat oleh kebiasaan lingkungan dan dorongan sosial yang lebih luas daripada oleh pengaruh keluarga secara langsung, dengan kisaran rata-rata nilai indikator antara 2,98 hingga 3,36.

5. Deskripsi Variabel Z (*Emotional disnnect*)

Terdapat 3 indikator Variabel NS (*Emotional disnnect*) dalam penelitian ini yakni Kurangnya Empati, Komunikasi yang minim dan Penurunan Kebahagiaan. 3 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan. Secara detail persepsi responden terhadap variabel Literasi zakat disajikan pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel *Emotional Disnnect*

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Z.1	82	20.5	179	44.8	56	14.0	69	17.3	14	3.5	400	2.39
Z.2	114	28.5	130	32.5	72	18.0	58	14.5	26	6.5	400	2.38
Z.3	38	9.5	74	18.5	98	24.5	140	35.0	50	12.5	400	3.23
Z.4	46	11.5	173	43.3	82	20.5	76	19.0	23	5.8	400	2.64
Z.5	57	14.3	148	37.0	98	24.5	74	18.5	23	5.8	400	2.65

Sumber: Data dioleh peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7 persepsi responden terhadap variabel *Emotional Disconnect* dianalisis melalui beberapa indikator. Indikator Z.3 memiliki rata-rata tertinggi 3,23 dengan 47,5% responden setuju atau sangat setuju pada pernyataan

“Saya merasa tersentuh jika melihat langsung penerima zakat dibandingkan membaca laporan organisasi” yang mengindikasikan keterikatan emosional lebih kuat terjadi saat responden berinteraksi langsung dengan penerima zakat. Sebaliknya indikator Z.2 memiliki nilai terendah 2,38 yaitu terkait informasi mengenai mustahik. Secara umum keterikatan emosional responden lebih dominan terjadi melalui interaksi langsung dengan mustahik dengan kisaran rata-rata indikator antara 2,38 hingga 3,23. Meskipun interaksi langsung menunjukkan intensitas emosional lebih tinggi penyampaian informasi melalui OPZ tetap memberikan kontribusi terhadap keterikatan emosional walaupun intensitasnya lebih rendah.

6. Deskripsi Variabel Y (*Intention*)

Terdapat 2 indikator Variabel Y (Intention/Minat) dalam penelitian ini yakni Ketertarikan emosional dan Kesiapan melakukan Tindakan. 2 indikator tersebut dijabarkan dalam 5 item pernyataan. Secara detail persepsi responden terhadap variabel Literasi zakat disajikan pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat

Indikator	Jawaban										Total F	Ratarata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y.1	5	1.3	36	9.0	64	16.0	215	53.8	80	20.0	400	3.82
Y.2	7	1.8	37	9.3	104	26.0	173	43.3	79	19.8	400	3.70
Y.3	14	3.5	47	11.8	102	25.5	165	41.3	72	18.0	400	3.59
Y.4	7	1.8	32	8.0	79	19.8	227	56.8	55	13.8	400	3.73
Y.5	10	2.5	38	9.5	93	23.3	176	44.0	83	20.8	400	3.71

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, persepsi responden terhadap niat (Intention) membayar zakat melalui OPZ diukur menggunakan 5 butir pernyataan. Indikator Y.1, “Saya tertarik untuk terus mendukung dan berpartisipasi dalam program

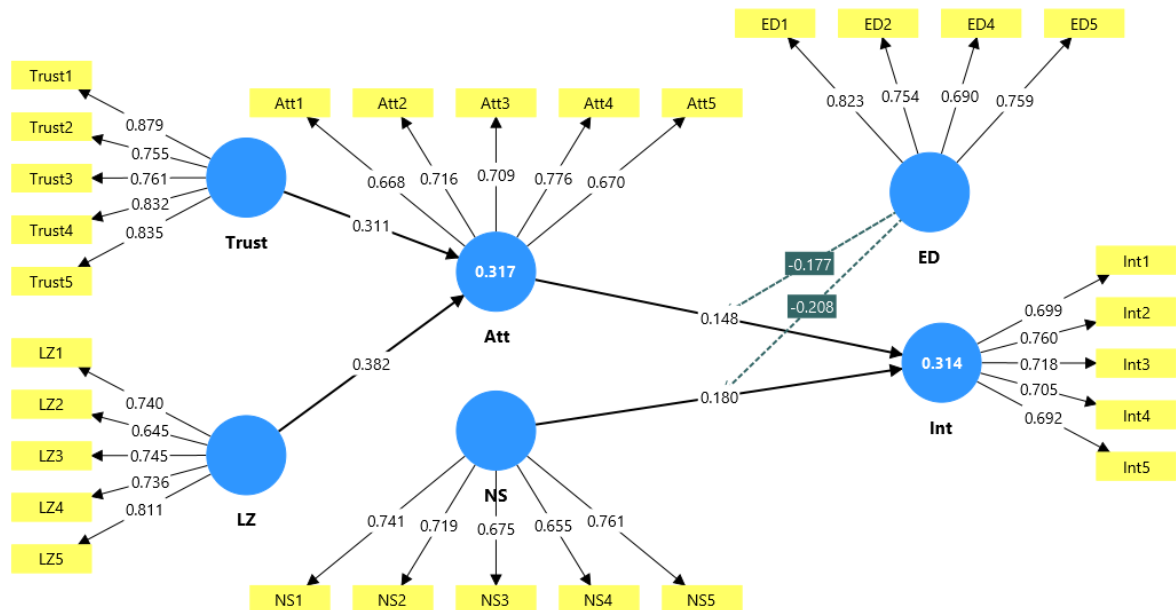
OPZ”, menunjukkan bahwa 73,8% responden setuju atau sangat setuju, sedangkan 9,2% tidak setuju atau sangat tidak setuju dan 17,0% bersikap netral. Sementara itu, indikator Y.3, “Saya berencana membayar zakat secara rutin melalui OPZ”, memperoleh 59,3% responden setuju atau sangat setuju, 22,7% tidak setuju atau sangat tidak setuju, dan 18,0% netral. Secara keseluruhan, responden cenderung memiliki niat yang kuat untuk membayar zakat melalui OPZ dengan rata-rata nilai indikator berkisar antara 3,59 hingga 3,82. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki niat positif, baik dalam bentuk partisipasi, motivasi rutin maupun kesiapan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan OPZ.

D. Analisis Data Menggunakan Metode Partial Least Square (PLS-SEM)

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Langkah ini bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara akurat dan konsisten. Setelah proses pengujian dilakukan, diperoleh model struktural yang divisualisasikan melalui output SmartPLS, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut.

Gambar 4.1 Model Konstruk



Sumber: Output SmartPLS, diolah peneliti 2025

Berdasarkan Gambar 4.1, model awal memperlihatkan adanya enam konstruk laten yang saling berhubungan, yaitu Trust, LZ, Att, NS, ED, dan Int. Konstruk Trust diukur menggunakan lima instrumen, konstruk LZ menggunakan lima instrumen, konstruk Att menggunakan lima instrumen, konstruk NS menggunakan lima instrumen, konstruk ED menggunakan empat instrumen, dan konstruk Y menggunakan lima instrumen. Model ini menunjukkan bahwa Trust berkontribusi sebesar 0,311 terhadap Att, LZ berkontribusi sebesar 0,382 terhadap M, NS berkontribusi sebesar 0,299 terhadap Int, Att berkontribusi sebesar 0,180 terhadap Int, dan ED berkontribusi antara 0,177 hingga 0,208 terhadap Int. Berikut merupakan hasil uji dengan PLS-SEM untuk mengetahui validitas dan reliabilitas konstruk dalam penelitian ini.

Tabel 4.9 Hasil Penilaian Model Pengukuran

Variabel	Item	Convergent Validity		Internal Consistency Reliability	
		Outer Loading	AVE	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<i>Trust</i>	Trust1	0.879	0.662	0.878	0.872
	Trust2	0.755			
	Trust3	0.761			
	Trust4	0.832			
	Trust5	0.835			
Literasi Zakat	LZ1	0.740	0.543	0.821	0.794
	LZ2	0.645			
	LZ3	0.745			
	LZ4	0.736			
	LZ5	0.811			
Norma Subjektif	NS1	0.741	0.506	0.752	0.752
	NS2	0.719			
	NS3	0.675			
	NS4	0.655			
	NS5	0.761			
<i>Attitude</i>	Att1	0.668	0.502	0.830	0.788
	Att2	0.716			
	Att3	0.709			
	Att4	0.776			
	Att5	0.670			
<i>Emotional Disconnect (ED)</i>	ED1	0.823	0.575	0.774	0.756
	ED2	0.754			
	ED4	0.690			
	ED5	0.759			
Intention Membayar Zakat (Int)	Int1	0.699	0.512	0.762	0.761
	Int2	0.760			
	Int3	0.718			
	Int4	0.705			
	Int5	0.692			

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 Variabel Kepercayaan (Trust) diukur menggunakan 5 item pernyataan dengan nilai outer loading berkisar antara 0,755 hingga 0,879. Seluruh item memiliki nilai di atas 0,50 sehingga dinyatakan valid. Variabel Literasi Zakat (LZ) terdiri dari 5 item dengan nilai outer loading antara 0,645 hingga 0,811. Seluruh item memenuhi kriteria validitas karena berada di atas 0,50.

Variabel Subjective norms (NS) terdiri dari 5 item dengan nilai outer loading berkisar 0,655 hingga 0,761, dan semua item tetap dipertahankan karena berada di atas batas minimal. Variabel Attitude (Att) memiliki 5 item dengan nilai outer loading antara 0,668 hingga 0,776 dan seluruhnya memenuhi standar validitas konvergen. Variabel *Emotional Disconnect* (ED) terdiri dari 4 item dengan nilai outer loading 0,690 hingga 0,823, semuanya dinyatakan valid. Sementara itu variabel Intention Membayar Zakat (Int) diukur menggunakan 5 item dengan nilai outer loading antara 0,692 hingga 0,760, sehingga seluruh item dipertahankan (Ghozali & Latan, 2015).

Secara keseluruhan, semua konstruk dalam penelitian ini **dinyatakan valid** secara konvergen dengan nilai AVE berada di atas 0,50 untuk seluruh variabel. Reliabilitas internal juga kuat yang ditunjukkan oleh nilai Composite Reliability (CR) di atas 0,70 dan Cronbach's Alpha di atas 0,70 pada semua konstruk (Ghozali & Latan, 2015). Dengan demikian, konstruk dalam penelitian ini tetap **dinyatakan reliabel**. Meskipun demikian, terdapat beberapa indikator dengan nilai outer loading mendekati batas bawah, seperti LZ.2 (0,645), NS.4 (0,655), Att1 (0,668) dan Int5 (0,692). Nilai tersebut masih dapat diterima meskipun menunjukkan kontribusi yang relatif lemah terhadap konstruk, sehingga perlu dievaluasi lebih lanjut pada penelitian berikutnya. Selanjutnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan memastikan nilai cross loading antar variabel (Suryati et al., 2022), dan hasil pengujiannya ditampilkan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Uji Validitas Diskriminan dengan Metode *Cross Loading*

Item	Trust	LZ	Att	NS	ED	Int
Trust.1	0.879	0.284	0.356	0.086	-0.241	0.383
Trust.2	0.755	0.209	0.341	0.075	-0.219	0.299
Trust.3	0.761	0.258	0.325	0.129	-0.177	0.301
Trust.4	0.832	0.239	0.299	0.204	-0.143	0.249
Trust.5	0.835	0.271	0.407	0.138	-0.222	0.374
LZ.1	0.254	0.740	0.348	0.014	-0.001	0.153
LZ.2	0.107	0.645	0.213	0.056	0.103	0.006
LZ.3	0.239	0.745	0.326	0.021	0.018	0.063
LZ.4	0.176	0.736	0.34	0.067	0.097	0.000
LZ.5	0.311	0.811	0.468	0.071	-0.054	0.183
Att.1	0.351	0.282	0.668	0.072	-0.195	0.282
Att.2	0.248	0.354	0.716	0.119	-0.072	0.223
Att.3	0.398	0.357	0.709	0.141	-0.146	0.259
Att.4	0.226	0.406	0.776	0.112	-0.141	0.234
Att.5	0.278	0.295	0.670	0.136	-0.085	0.281
NS.1	0.182	0.012	0.099	0.741	0.205	0.178
NS.2	0.011	0.002	0.088	0.719	0.169	0.068
NS.3	0.050	0.118	0.146	0.675	0.056	0.063
NS.4	0.110	0.124	0.170	0.655	0.052	0.072
NS.5	0.095	0.036	0.120	0.761	0.183	0.133
ED.1	-0.199	0.061	-0.119	0.244	0.823	-0.243
ED.2	-0.199	0.033	-0.173	0.135	0.754	-0.206
ED.4	-0.153	-0.015	-0.092	0.081	0.690	-0.152
ED.5	-0.202	-0.015	-0.168	0.158	0.759	-0.19
Int.1	0.322	0.087	0.22	0.105	-0.189	0.699
Int.2	0.263	0.075	0.259	0.167	-0.185	0.760
Int.3	0.311	0.126	0.231	0.132	-0.187	0.718
Int.4	0.288	0.051	0.297	0.142	-0.154	0.705
Int.5	0.255	0.119	0.280	0.060	-0.236	0.692

Sumber: Output SmartPLS, diolah oleh peneliti, 2025

Disimpulkan dari data Tabel 4.10 bahwa nilai *cross loading* pada penelitian ini variabel terikat lebih besar daripada nilai *cross loading* variabel laten lainnya. Artinya, hasil instrument penelitian ini mematuhi kriteria *discriminant validity* dan dinyatakan **valid**.

2. Analisa Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis inner model dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan prediksi model melalui nilai R^2 dan Model Fit, serta untuk menguji hubungan antar variabel laten baik secara langsung, tidak langsung, maupun dengan variabel moderasi..

a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh model, sehingga semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik kemampuan prediksi model. Menurut Chin (1998), kriteria penilaian R^2 yaitu sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah). Hasil perhitungan nilai R^2 dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 R-Square

Variabel	R-square
Att (<i>Attitude</i>)	0.317
Int (<i>Intention</i> Membayar Zakat)	0.314

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11, diperoleh nilai R-square untuk variabel *Attitude* (Att) sebesar 0,317 atau 31,7%. Artinya, variabel *Attitude* dapat dijelaskan oleh variabel *Kepercayaan* dan *Literasi Zakat* sebesar 31,7%, sedangkan sisanya 68,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Selanjutnya, nilai R-square untuk variabel *Minat Membayar Zakat* (Int) sebesar 0,314 atau 31,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sikap* dan *Norma Subjektif* mampu menjelaskan *Minat Membayar Zakat* sebesar 31,4%, sementara sisanya 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dengan demikian, baik pada variabel M maupun Y (Minat Membayar Zakat) nilai R-square menunjukkan kontribusi yang cukup moderat karena berada di kisaran 0,30.

b. Uji Kelayakan Model (Model Fit Test)

Uji kelayakan model bertujuan untuk menilai sejauh mana model penelitian sesuai dengan data yang diperoleh, sehingga dapat digunakan untuk menguji hipotesis lebih lanjut. Evaluasi model fit dilakukan dengan memperhatikan beberapa parameter seperti SRMR, NFI, GoF dan Q^2 . Kriteria kelayakan model dapat diterima apabila nilai indikator memenuhi batas ambang yang telah ditentukan pada literatur, misalnya $SRMR \leq 0,10$, NFI mendekati 1, $GoF \geq 0,36$ untuk kategori kuat, serta nilai $Q^2 > 0$ yang menunjukkan adanya relevansi prediktif (Hair et al., 2019). Hasil uji kelayakan model ditampilkan pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Model Fit

Parameter	Rule of Thumb	Nilai Parameter	Keterangan
SRMR	Lebih kecil dari 0.10	0.079	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0.68	Kurang Fit
GoF	0.1 (GoF Kecil), 0.25 (GoF Moderate), 0.36 (GoF Kuat)	0.41	Fit Kuat
Q^2 Predictive Relevance	$Q^2 > 0$: Memiliki predictive relevance $Q^2 < 0$: Kurang Memiliki predictive relevance 0.02 (Lemah) 0.15 (Moderate) 0.35 (Kuat)	Q^2 Attitude 0.300 > 0 Q^2 Intention 0.257 > 0	Prediktif Kuat

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil evaluasi kelayakan model menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0.079 berada di bawah batas 0.10 sehingga model dinyatakan fit, meskipun nilai NFI sebesar 0.68 masih jauh dari angka ideal mendekati 1 sehingga mengindikasikan model kurang fit. Namun demikian, nilai GoF

sebesar 0.41 melebihi kriteria 0.36 yang menandakan bahwa model memiliki kelayakan yang kuat secara keseluruhan. Selanjutnya, nilai Q^2 pada variabel Sikap sebesar 0.300 dan Intention sebesar 0.257, keduanya lebih besar dari nol, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik dengan kategori moderat menuju kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat kelemahan pada indeks NFI, secara keseluruhan model penelitian ini cukup layak digunakan dan memiliki daya prediksi yang memadai untuk menguji hipotesis penelitian.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dugaan sementara yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Analisis dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.1.1.4 melalui teknik *bootstrapping* pada seluruh sampel penelitian. Pengujian ini mencakup analisis pengaruh langsung, pengaruh mediasi, serta pengaruh moderasi untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen, baik secara langsung maupun melalui peran variabel mediator dan moderator.

a. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (*Direct Effects*)

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh langsung antara variabel bebas terhadap variabel tetap. Kriteria hipotesis dapat diterima jika pada taraf signifikansi 5% nilai p-value < 0,05 dan nilai t-statistik >1,96 (Abdillah & Hartono, 2015). Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung ditampilkan dalam Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

Variabel	Original sampel	t-Statistik	P-Values
Kepercayaan (Trust) → Attitude (Att)	0.311	6.008	0.000
Literasi Zakat (LZ) → Attitude (Att)	0.382	8.168	0.000
Attitude (Att) → Minat (Int)	0.148	2.892	0.004
Norma Subjektif (NS) → Minat (Int)	0.319	3.720	0.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 hasil uji hipotesis pengaruh langsung dengan metode bootstrap, dapat diketahui bahwa:

H1: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel kepercayaan terhadap sikap memiliki nilai t-statistic sebesar 6.008 dan nilai p-value sebesar 0.000, maka H1 **diterima** karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Demikian disimpulkan variabel Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap *sikap* dalam membayar zakat secara signifikan

H2: Literasi zakat berpengaruh positif terhadap sikap dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel literasi zakat terhadap sikap memiliki nilai t-statistic sebesar 8.168 dan nilai p-value sebesar 0.000, maka H2 **diterima** karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Demikian disimpulkan variabel literasi zakat memiliki pengaruh positif terhadap *sikap* dalam membayar zakat secara signifikan

H3: Sikap berpengaruh positif terhadap Intention/Minat membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel sikap terhadap Intention/Minat memiliki nilai t-statistic sebesar 3.720 dan nilai p-value sebesar 0.004, maka H3 **diterima** karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05.

Demikian disimpulkan variabel sikap memiliki pengaruh positif terhadap Intention/Minat dalam membayar zakat secara signifikan

H4: Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap Intention/Minat membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Sikap terhadap Intention/minat memiliki nilai t-statistic sebesar 2.892 dan nilai p-value sebesar 0.000, maka H4 **diterima** karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Demikian disimpulkan variabel sikap memiliki pengaruh positif terhadap intention/Minat dalam membayar zakat secara signifikan

b. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung untuk Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dilakukan dengan melihat nilai pengaruh tidak langsung (indirect effect) yang dihasilkan melalui proses bootstrapping. Jika nilai indirect effect signifikan (t-statistik > 1,96), maka dapat disimpulkan bahwa mediasi terjadi (Furadantin, 2018). Berikut merupakan data hasil dari Indirect Effect:

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung untuk Indirect effect

Variabel	Original Sampel	t-Statistik	P-values
Kepercayaan (Trust)→Attitude (Att)→ Minat (Int)	0.046	2.807	0,005
Literasi Zakat (LZ)→Attitude (Att)→ Minat (Int)	0.056	2.423	0.015

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.14 hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung (Mediasi) dengan metode bootstrap dapat diketahui bahwa:

H5: Sikap Memediasi Pengaruh Kepercayaan terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai indirect effect

Kepercayaan terhadap intention melalui sikap sebesar 0,046 dengan T Statistik 2,807 lebih tinggi dari nilai t-tabel 1,96. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari alpha 0,05. Dengan demikian, H5 dinyatakan **diterima**, yang berarti Sikap berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Kepercayaan dan Intention/Minat serta mampu memediasi pengaruh Kepercayaan terhadap Intention/minat dalam membayar zakat secara signifikan.

H6: Sikap Memediasi Pengaruh Literasi zakat terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai indirect effect Literasi zakat terhadap Intention melalui sikap sebesar 0.056 dengan T Statistik 2.423 lebih tinggi dari nilai t-tabel 1,96. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.015 lebih kecil dari alpha 0,05. Dengan demikian, H6 dinyatakan **diterima**, yang berarti Sikap berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Literasi zakat dan Intention/Minat serta mampu memediasi pengaruh Literasi zakat terhadap Intention/minat dalam membayar zakat secara signifikan.

c. Pengujian Hipotesis Pengaruh Moderasi untuk *Moderating Effect*

Pengujian efek moderasi dilakukan dengan melihat signifikansi jalur interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen melalui proses bootstrapping. Jika jalur interaksi tersebut signifikan ($t\text{-statistik} > 1,96$ atau $p\text{-value} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi berperan dalam memoderasi hubungan antar variabel, baik dengan memperkuat maupun memperlemah pengaruh yang ada (Furadantin, 2018). Berikut merupakan data hasil dari *Moderating Effect*:

Tabel 4.15 Hasil Pengujian *Moderating Effect*

Variabel	Original Sampel	t-Statistik	P-values
<i>Emotional Disconnect</i> x Attitude → Intention	-0.177	3.670	0.000
<i>Emotional Disconnect</i> x Norma Subjektif → Intention	-0.208	4.334	0.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.15 hasil uji hipotesis pengaruh interaksi (Moderasi) dengan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa:

H7: Emotional Disconnect Memoderasi Pengaruh Sikap terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada jalur **Sikap → Intention** terdapat pengaruh dengan intensitas yang relatif kecil. Uji moderasi kemudian dilakukan melalui jalur interaksi ***Emotional Disconnect* × Sikap → Intention**. Berdasarkan hasil *bootstrapping*, diperoleh nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien negatif ($\beta = -0,177$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ***Emotional Disconnect*** berperan signifikan sebagai moderator. Koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa keberadaan Emotional Disconnect **melemahkan hubungan antara Sikap dan Minat** membayar zakat, sehingga pengaruh yang sebelumnya lemah menjadi semakin berkurang. Dengan demikian, hipotesis **H7 diterima**.

H8: Emotional Disconnect Memoderasi Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Hasil pengujian pada jalur **Norma Subjektif → Intention** menunjukkan adanya pengaruh dengan intensitas yang relatif kecil. Uji moderasi kemudian dilakukan melalui jalur interaksi ***Emotional Disconnect* × Norma Subjektif → Intention**. Berdasarkan hasil *bootstrapping*, diperoleh nilai *p-value* sebesar

0,000 < 0,05 dengan koefisien positif ($\beta = -0,208$), yang mengindikasikan bahwa *Emotional Disconnect* berperan signifikan sebagai moderator. Tanda koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa keberadaan *Emotional Disconnect* **melemahkan hubungan antara norma subjektif dan Minat membayar zakat**, sehingga pengaruh yang sebelumnya lemah menjadi semakin berkurang. Dengan demikian **hipotesis H8 dapat diterima**.

d. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Keterangan
H ₁	Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	Diterima
H ₂	Literasi Zakat Berpengaruh Positif Terhadap <i>Sikap</i> Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	Diterima
H ₃	Sikap Berpengaruh Positif terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya	Diterima
H ₄	Norma Subyektif Berpengaruh Positif terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Kota Malang	Diterima
H ₅	Sikap Memediasi Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	Diterima
H ₆	Sikap Memediasi Pengaruh Literasi terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	Diterima
H ₇	<i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Sikap terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	Diterima
H ₈	<i>Emotional Disconnect</i> Memoderasi Norma Subyektif terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	Diterima

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.16, Semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti signifikan dan diterima. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif antara faktor-faktor yang diteliti terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ Malang Raya. Selain itu, terdapat peran mediasi dan moderasi yang memperkuat hubungan antar faktor tersebut.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Kepercayaan terbukti menjadi fondasi utama yang membentuk sikap positif muzakki, karena keyakinan bahwa OPZ mampu mengelola zakat dengan jujur, profesional serta sesuai syariah akan mendorong sikap yang lebih konsisten dalam menunaikan kewajiban zakat. Temuan ini selaras dengan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fishbein, 1980) yang menegaskan bahwa sikap terbentuk dari keyakinan (beliefs) individu terhadap suatu objek. Dalam konteks ini, semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki pada integritas, kemampuan, keamanan, dan kualitas layanan OPZ, semakin positif pula sikap mereka terhadap pembayaran zakat melalui lembaga resmi.

Penelitian ini sejalan dengan berbagai studi terdahulu yang menegaskan bahwa kepercayaan berperan penting dalam membentuk sikap positif individu. Erpurini & Janah, (2022), Panggati et al. (2022), Chetioui et al. (2021) dan (Md Husin et al. (2023) menyimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap sikap dalam konteks penggunaan layanan digital dan lembaga keuangan syariah. Selanjutnya, Vaddhano et al. (2023) juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap produk minuman sehat. Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa Kepercayaan muzakki berpengaruh terhadap sikap

mereka dalam membayar zakat melalui OPZ memperkuat temuan-temuan sebelumnya dan menunjukkan bahwa rasa percaya terhadap lembaga pengelola zakat menjadi dasar terbentuknya sikap positif muzakki dalam menunaikan kewajiban zakat secara kelembagaan dan terorganisir.

Kesamaan penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya terletak pada pola hubungan yang konsisten, yakni bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap pembentukan sikap positif individu. Erpurini & Janah (2022), Panggati et al. (2022), Chetioui et al. (2021) dan Md Husin et al. (2023) menegaskan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap sikap, baik dalam konteks layanan digital maupun lembaga keuangan syariah. Sementara itu, Vaddhano et al. (2023) juga menunjukkan peran penting kepercayaan dalam membentuk sikap positif terhadap produk minuman sehat. Penelitian ini secara spesifik menempatkan Kepercayaan muzakki terhadap OPZ di Malang Raya sebagai fokus kajian, dengan menekankan bagaimana kepercayaan yang dimiliki muzakki mampu membentuk sikap positif terhadap lembaga pengelola zakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru yang lebih religius dan kontekstual, karena menyoroti hubungan langsung antara Kepercayaan dan sikap dalam konteks ibadah zakat melalui OPZ, bukan sekadar kepercayaan terhadap produk atau layanan komersial.

Menurut Erpurini & Janah, (2022), Panggati et al. (2022), Chetioui et al. (2021) dan Md Husin et al. (2023), kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pembentukan sikap positif individu, baik dalam konteks layanan digital maupun lembaga keuangan syariah. Sementara itu, Vaddhano et al. (2023) juga menegaskan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi mampu

membentuk sikap positif konsumen terhadap produk, termasuk dalam konteks non-keagamaan seperti produk minuman sehat. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti berasumsi bahwa Kepercayaan muzakki terhadap OPZ berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap lembaga pengelola zakat. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan Kepercayaan bukan sekadar sebagai bentuk kepercayaan umum, tetapi sebagai keyakinan religius yang mendorong muzakki untuk menilai OPZ secara positif, mempercayai pengelolaannya, dan pada akhirnya memperkuat kecenderungan mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi

B. Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Sikap Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi zakat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi pemahaman muzakki mengenai zakat, maka semakin positif sikap mereka terhadap lembaga pengelola zakat. Literasi zakat yang baik bukan hanya memperluas pengetahuan tetapi juga memperkuat keyakinan muzakki tentang pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi yang amanah dan sesuai syariah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Rini et al., (2017), Pramasdani & Kurniawan (2020), Kurniawan et al. (2025) dan Kusuma et al. (2014), menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif terhadap sikap dan niat individu dalam berbagai konteks sosial maupun ekonomi. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Yasa et al., 2024) berjudul *“Investigation Effects Digital Literacy on Primary Student Sikap in Indonesia”* yang menemukan bahwa literasi digital

memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap positif siswa dalam memanfaatkan teknologi. Artinya, secara umum literasi berperan penting dalam membentuk keyakinan (belief) yang kemudian mendorong terbentuknya sikap. Sejalan dengan pola tersebut, penelitian ini menegaskan bahwa literasi zakat juga berpengaruh signifikan terhadap sikap muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya.

Kesamaan penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya terletak pada pola hubungan yang konsisten, yakni bahwa literasi berpengaruh terhadap pembentukan sikap individu. Rini et al. (2017), Pramasdani & Kurniawan (2020), Kurniawan et al. (2025) dan Kusuma et al. (2014), menegaskan bahwa literasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap dan niat dalam berbagai konteks sosial maupun ekonomi. Selanjutnya, Yasa et al. (2024) menemukan bahwa literasi digital berperan penting dalam membentuk sikap positif siswa terhadap pemanfaatan teknologi. Sedangkan penelitian ini secara spesifik menempatkan literasi zakat sebagai fokus kajian, dengan menekankan bagaimana tingkat pemahaman muzakki terhadap zakat mampu membentuk sikap positif terhadap OPZ. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru yang lebih religius dan kontekstual, karena menyoroti hubungan langsung antara literasi zakat dan sikap muzakki dalam konteks ibadah zakat melalui lembaga resmi,

Menurut Rini et al. (2017), Pramasdani & Kurniawan (2020), Kurniawan et al. (2025), dan Kusuma et al. (2014), literasi memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan niat individu, karena pemahaman yang baik terhadap suatu konsep mampu menumbuhkan keyakinan dan pandangan positif. Sementara itu, Yasa et al. (2024) menemukan bahwa literasi digital berkontribusi terhadap

pembentukan sikap positif siswa dalam memanfaatkan teknologi. Menurut peneliti, prinsip yang sama juga berlaku dalam konteks zakat, di mana tingkat pemahaman muzakki terhadap konsep, tujuan, dan pengelolaan zakat berperan besar dalam membentuk sikap positif terhadap OPZ. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa semakin tinggi literasi zakat yang dimiliki muzakki, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap lembaga pengelola zakat. Asumsi ini didasari pada pandangan bahwa literasi yang baik dapat menumbuhkan kesadaran, kepercayaan, serta penerimaan terhadap pentingnya menunaikan zakat melalui lembaga resmi.

C. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menggunakan PLS-SEM menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Temuan ini menegaskan bahwa sikap positif muzakki menjadi faktor penting yang mendorong mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Sikap yang positif ini mencakup persepsi terhadap konsekuensi perilaku, penilaian terhadap hasil, dan penghargaan terhadap manfaat pembayaran zakat melalui OPZ. Dengan demikian, sikap tidak hanya mencerminkan penilaian dan perasaan positif, tetapi juga berperan penting dalam membentuk minat muzakki untuk berpartisipasi secara tepat dan konsisten.

Penelitian ini sesuai dengan sejumlah studi terdahulu yang menegaskan bahwa sikap merupakan faktor penting dalam membentuk minat (intention). Wicaksono et al. (2022) menemukan bahwa dimensi sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian online. Sejalan dengan itu, Mahfud et al.

(2020) membuktikan bahwa orientasi sikap kewirausahaan secara langsung berkontribusi pada terbentuknya niat. Selanjutnya, Amilahaq & Ghoniyah (2019), Sedjati et al. (2018), Annahl et al. (2021) dan Alimusa et al. (2025) menegaskan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan dan minat membayar zakat. Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki di OPZ Malang Raya memperkuat temuan sebelumnya dan menunjukkan bahwa sikap positif yang lahir dari keyakinan, persepsi, dan pengalaman muzakki berperan penting dalam meningkatkan minat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Kesamaan penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya terletak pada pola hubungan yang konsisten, yakni bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat (intention) dalam perilaku zakat. Amilahaq & Ghoniyah (2019), Sedjati et al. (2018), Annahl et al. (2021), Asegaf & Muchlisin (2023) dan (Alimusa et al., 2025) menegaskan bahwa sikap positif mendorong kepatuhan serta minat muzakki dalam menunaikan zakat. Sedangkan penelitian ini secara spesifik menempatkan sikap muzakki terhadap OPZ di Malang Raya sebagai fokus kajian, dengan menekankan bagaimana sikap yang dimiliki muzakki secara langsung memengaruhi minat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru yang lebih kontekstual dan kelembagaan, karena menyoroti hubungan langsung antara sikap dan minat berzakat dalam lingkup OPZ, bukan sekadar sikap terhadap kewajiban zakat secara umum.

Menurut Sedjati et al. (2018), sikap menjadi faktor penentu dalam meningkatkan minat muzakki untuk membayar zakat, karena sikap positif

mencerminkan kesadaran dan penerimaan terhadap kewajiban zakat. Sedangkan menurut peneliti, sikap tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran religius, tetapi juga oleh persepsi muzakki terhadap kredibilitas dan kemudahan layanan OPZ. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa sikap positif muzakki terhadap OPZ tidak hanya mendorong niat untuk membayar zakat, tetapi juga memperkuat komitmen mereka dalam memilih lembaga resmi sebagai saluran utama penunaian zakat. Asumsi ini didasari pada pandangan bahwa sikap yang terbentuk dari kepercayaan, pengalaman positif, dan persepsi kebermanfaatan akan menumbuhkan kecenderungan perilaku yang konsisten.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang menjelaskan bahwa niat berperilaku seseorang terbentuk dari sikap dan keyakinan terhadap hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut. Dalam konteks penelitian ini, muzakki yang memiliki sikap positif terhadap OPZ karena menilai lembaga tersebut amanah, profesional, dan memberikan manfaat sosial akan lebih cenderung memiliki niat kuat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk merealisasikan niat tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori TRA.

D. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil Uji hipotesis menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya.. Temuan tersebut menegaskan bahwa dorongan sosial dan harapan

lingkungan memegang peran penting dalam membentuk niat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Norma subjektif mencakup keyakinan terhadap harapan orang terdekat, pengaruh lingkungan sosial, dorongan untuk menyesuaikan dengan norma sosial, serta motivasi agar diterima dalam lingkungan.

Penelitian ini sejalan dengan sejumlah studi terdahulu yang menegaskan bahwa norma sosial merupakan faktor penting dalam membentuk minat individu. Yusfiarto et al., (2020), Annahl et al. (2021), Setianingsih et al. (2022) dan Asegaf & Muchlisin (2023) menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan dukungan komunitas berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan serta niat membayar zakat. Selanjutnya, Fajriyah & Rahmayati, (2023), Pratiwi (2018) dan Wahyudin et al. (2018) juga menegaskan bahwa norma sosial yang kuat mampu mendorong motivasi berzakat di kalangan masyarakat.. Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki di OPZ Malang Raya memperkuat temuan-temuan sebelumnya dan menunjukkan bahwa dorongan sosial dari lingkungan sekitar berperan penting dalam meningkatkan minat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Kesamaan penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya terletak pada pola hubungan yang konsisten, yakni bahwa norma sosial berpengaruh terhadap pembentukan minat individu dalam berzakat. Yusfiarto et al. (2020), menegaskan bahwa lingkungan sosial dan dukungan komunitas berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan serta niat membayar zakat. Selanjutnya, Fajriyah & Rahmayati (2023) juga menemukan bahwa norma sosial yang kuat mampu mendorong motivasi berzakat di kalangan masyarakat. Sedangkan penelitian ini

secara spesifik menempatkan norma subjektif muzakki terhadap OPZ di Malang Raya sebagai fokus kajian, dengan menekankan bagaimana dorongan sosial dari lingkungan sekitar dapat membentuk minat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru yang lebih kontekstual dan kelembagaan, karena menyoroti pengaruh norma sosial terhadap minat berzakat dalam lingkup OPZ.

Temuan ini sejalan dengan Ajzen & Fisbein (1980) yang menyatakan bahwa sikap dan niat individu dipengaruhi oleh keyakinan mereka terhadap ekspektasi sosial dan norma yang berlaku. Dalam konteks pembayaran zakat melalui OPZ, norma subjektif membentuk keyakinan muzakki bahwa menyalurkan zakat sesuai dengan harapan lingkungan adalah tindakan yang baik serta diterima secara sosial. Norma ini mendorong minat muzakki untuk menyalurkan zakat dan memperkuat kesadaran mereka tentang tanggung jawab sosial. Selain itu, norma positif juga menumbuhkan kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat. Dengan dorongan tersebut, muzakki dapat menilai tindakan membayar zakat secara lebih matang dan merasa terdorong untuk menyalurkan ZIS melalui OPZ secara konsisten.

Menurut Yusfiarto et al. (2020), norma sosial berperan penting dalam membentuk kepatuhan dan meningkatkan niat muzakki untuk menunaikan zakat, karena dorongan sosial dari lingkungan sekitar dapat memengaruhi perilaku berzakat seseorang. Sedangkan menurut peneliti, norma sosial tidak hanya terbentuk dari tekanan sosial atau kebiasaan kolektif, tetapi juga dari dukungan moral dan ajakan positif keluarga, teman, serta komunitas keagamaan yang mendorong seseorang untuk berzakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian,

penelitian ini berasumsi bahwa norma subjektif yang kuat di lingkungan muzakki akan memperkuat minat mereka dalam menyalurkan zakat melalui OPZ. Asumsi ini didasari pada pandangan bahwa tekanan sosial yang positif dan dukungan moral dari lingkungan sekitar mampu menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif sehingga mendorong muzakki untuk berzakat secara sadar dan berkesinambungan melalui lembaga resmi.

E. Sikap Memediasi Kepercayaan dan Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa sikap memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara Kepercayaan dan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan terhadap OPZ dalam aspek kemampuan, integritas, kepercayaan dalam transaksi dan kepercayaan dalam pelayanan tidak langsung mendorong muzakki untuk berzakat. Kepercayaan tersebut lebih dahulu membentuk sikap positif. Ketika kepercayaan terhadap lembaga mampu membangun sikap yang positif, minat muzakki untuk menunaikan zakat melalui OPZ akan semakin kuat. Maka dapat disimpulkan sikap berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan kepercayaan dengan niat berzakat sekaligus mempertegas perannya dalam menjaga keberlanjutan partisipasi muzakki pada lembaga pengelola zakat.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu yang menegaskan bahwa sikap berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara kepercayaan dan niat (intention). Annahl et al. (2021) yang meneliti konteks zakat menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat mampu membentuk

sikap positif yang kemudian meningkatkan niat individu untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Selain itu, studi lain seperti Capasso et al. (2022), Tiwari et al. (2024), dan Kim (2012) menemukan temuan serupa dalam konteks vaksinasi, promosi produk, maupun belanja online. Selaras dengan itu, Zainal et al. (2017) serta Koc et al. (2025) juga menunjukkan bahwa sikap memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat individu. Dengan demikian, hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa sikap memediasi hubungan antara kepercayaan dan minat muzakki membayar zakat melalui OPZ Malang Raya memperkuat bukti empiris sebelumnya bahwa sikap positif yang tumbuh dari kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong intensi berzakat melalui lembaga resmi

Kesamaan penelitian ini dengan studi terdahulu terletak pada peran sikap sebagai mediator antara kepercayaan dan niat. Penelitian Annahl et al. (2021) dalam konteks zakat menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat mampu membentuk sikap positif yang kemudian meningkatkan niat membayar zakat. Selaras dengan itu, studi lain seperti Capasso et al. (2022), Tiwari et al. (2024), dan Kim (2012) juga menegaskan bahwa kepercayaan membentuk sikap positif yang mendorong niat individu, namun dalam konteks perilaku umum, promosi produk, atau e-commerce. Perbedaannya, penelitian ini menekankan konteks lokal di Malang Raya dan menyoroti sikap muzakki terhadap OPZ secara spesifik sebagai mediator antara kepercayaan dan niat membayar zakat, sehingga memberikan kontribusi kontekstual yang lebih spesifik dalam memahami perilaku muzaki melalui lembaga resmi.

Menurut Annahl et al. (2021) sikap berperan penting dalam membentuk niat muzaki, karena kepercayaan terhadap lembaga zakat mampu menciptakan

sikap positif yang mendorong niat membayar zakat melalui lembaga resmi. Sedangkan menurut peneliti, dalam konteks zakat, sikap muzakki tidak hanya dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap figur religius, tetapi juga oleh kepercayaan terhadap kredibilitas, transparansi, dan profesionalitas OPZ sebagai pengelola dana umat. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap OPZ, semakin positif sikap yang terbentuk, yang pada akhirnya memperkuat niat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Asumsi ini didasari pada pandangan bahwa sikap yang terbentuk dari rasa percaya dan pengalaman positif terhadap lembaga akan menumbuhkan perilaku berzakat yang lebih konsisten.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fisbein, 1980) yang menjelaskan bahwa sikap individu terbentuk dari keyakinan mereka terhadap suatu perilaku dan menjadi dasar dalam menentukan niat. Dalam pembayaran zakat melalui OPZ kepercayaan memiliki peran utama dalam membentuk sikap positif muzakki. Sikap ini kemudian mendorong niat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Kepercayaan muncul karena muzakki menilai OPZ mampu menjaga transparansi, menjalankan integritas, serta mematuhi prinsip syariah. Keyakinan tersebut membuat mereka melihat bahwa membayar zakat melalui OPZ adalah tindakan yang tepat sekaligus membawa manfaat bagi masyarakat. Sikap positif ini menjadi perantara penting yang memastikan kepercayaan dapat bertransformasi menjadi minat nyata untuk berzakat di OPZ.

Temuan ini menunjukkan bahwa sikap berperan penting sebagai jembatan yang menghubungkan Kepercayaan dengan minat muzakki dalam membayar

zakat melalui OPZ. Kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga akan membentuk sikap positif, dan sikap inilah yang kemudian mendorong muzakki untuk lebih konsisten menunaikan zakat melalui OPZ. Proses mediasi ini berkontribusi pada meningkatnya kepercayaan publik terhadap kinerja OPZ sekaligus memperkuat keberlanjutan program zakat yang dijalankan. Sikap positif yang tumbuh dari rasa percaya juga membuat muzakki merasa memiliki tanggung jawab sosial, sehingga zakat yang disalurkan lebih tepat sasaran dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Dengan demikian, sikap tidak hanya menjadi refleksi psikologis individu, tetapi juga menjadi elemen kunci yang memastikan kepercayaan dapat terwujud menjadi niat nyata dalam pembayaran zakat melalui lembaga resmi.

F. Sikap Memediasi Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa sikap memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi zakat dan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman muzakki mengenai zakat, semakin positif pula sikap yang mereka bangun terhadap kewajiban tersebut, kemudian mendorong niat untuk menunaikan zakat melalui OPZ di Malang Raya. Dengan adanya sikap yang terbentuk dari literasi zakat, muzakki lebih terdorong untuk menyalurkan zakat secara konsisten, tepat sasaran dan melalui lembaga resmi. Hal ini menegaskan bahwa literasi zakat bukan hanya memperkaya aspek kognitif, tetapi juga menumbuhkan kesadaran afektif yang mampu menggerakkan niat nyata dalam praktik pembayaran zakat.

Penelitian ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya yang menegaskan

bahwa sikap berperan penting sebagai mediator dalam membentuk minat (intention). Annahl et al. (2021) Mulyono (2021), Disman et al. (2024) dan Akhtar & Das (2019), menunjukkan bahwa literasi atau pengetahuan keuangan membentuk sikap positif yang mendorong minat berinvestasi, sementara Lim et al. (2018) menambahkan bahwa pengetahuan keuangan memengaruhi persepsi risiko dan sikap, yang kemudian meningkatkan niat investasi. Oladapo et al., (2019) juga menegaskan peran sikap sebagai mediator signifikan antara pengetahuan dan niat perilaku nasabah. Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa sikap memediasi hubungan antara literasi zakat dan minat muzakki di OPZ Malang Raya memperkuat temuan sebelumnya dan menunjukkan bahwa sikap positif yang terbentuk dari pemahaman, pengalaman, dan persepsi muzakki terhadap lembaga berperan penting dalam mendorong minat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Kesamaan penelitian ini dengan studi terdahulu, seperti Annahl et al. (2021), Mulyono (2021), Disman et al. (2024) dan Akhtar & Das (2019) terletak pada penggunaan literasi sebagai faktor yang memengaruhi sikap dan niat membayar zakat. Penelitian Annahl et al. (2021) secara khusus menekankan konteks zakat, dengan temuan bahwa literasi yang tinggi membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat individu untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Perbedaannya, penelitian ini memfokuskan pada konteks lokal di Malang Raya, dengan menempatkan sikap muzakki terhadap OPZ sebagai penghubung antara literasi dan niat membayar zakat. Temuan ini menekankan bahwa pemahaman dan pengetahuan tentang zakat memengaruhi cara berpikir dan sikap muzaki, yang selanjutnya berdampak pada keputusan mereka untuk

menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru secara kontekstual sekaligus menyoroti pentingnya sikap sebagai jembatan dalam hubungan literasi dan niat berzakat.

Menurut Annahl et al. (2021) sikap berperan penting dalam membentuk minat individu, karena literasi atau pengetahuan yang tinggi mampu menciptakan sikap positif yang mendorong niat berpartisipasi, termasuk dalam membayar zakat. Dalam konteks penelitian ini, sikap muzakki terhadap OPZ di Malang Raya tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan agama, tetapi juga oleh pemahaman terhadap prosedur penyaluran zakat, manfaat sosial yang dihasilkan, serta keyakinan terhadap efektivitas program OPZ sebagai pengelola dana umat. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa literasi zakat muzakki terhadap OPZ meningkatkan sikap positif yang memperkuat niat mereka menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Sikap yang terbentuk dari literasi zakat dan pengalaman positif ini mendorong perilaku berzakat yang konsisten dan berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fisbein, 1980) yang menjelaskan bahwa sikap individu terbentuk dari keyakinan mereka terhadap suatu perilaku dan berperan penting dalam membentuk niat. Dalam konteks penelitian ini, literasi zakat menjadi dasar yang membentuk sikap positif muzakki, karena pemahaman yang baik tentang aturan, manfaat dan tata cara zakat membuat mereka menilai bahwa menyalurkan zakat melalui OPZ adalah tindakan yang benar dan bermanfaat. Sikap positif yang tumbuh dari literasi zakat tersebut kemudian mendorong munculnya niat muzakki untuk lebih konsisten dalam membayar zakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian, sikap berfungsi

sebagai perantara penting yang menjadikan literasi zakat dapat bertransformasi menjadi minat nyata dalam pembayaran zakat.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa literasi zakat berperan penting dalam membentuk sikap positif muzakki yang pada akhirnya mendorong mereka untuk lebih konsisten menyalurkan zakat melalui OPZ. Dorongan dari lingkungan sosial dan kebiasaan bersama mampu menumbuhkan keyakinan bahwa membayar zakat di lembaga resmi adalah pilihan yang tepat, sehingga tercipta sikap mendukung dan kesadaran akan tanggung jawab sosial. Sikap positif yang lahir dari pengaruh sosial ini bukan hanya memperkuat niat individu, tetapi juga berkontribusi pada meningkatnya kepercayaan terhadap OPZ serta keberlanjutan program zakat yang dijalankan. Dengan demikian, norma subjektif tidak hanya menjadi faktor eksternal yang memengaruhi perilaku, tetapi juga menjadi pemicu terbentuknya sikap yang kokoh dan konsisten dalam praktik pembayaran zakat melalui Lembaga resmi.

G. *Emotional Disconnect* Memoderasi Sikap Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Emotional Disconnect secara signifikan memoderasi hubungan antara Attitude dan Intention, dengan arah efek negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat Emotional Disconnect, pengaruh sikap positif muzakki terhadap niat membayar zakat melalui OPZ Malang Raya semakin melemah. Fenomena ini menunjukkan bahwa keterputusan emosional dapat mengurangi efektivitas sikap dalam mendorong niat berzakat, sehingga meskipun muzakki memiliki sikap positif terhadap zakat, tingkat keterikatan emosional yang rendah terhadap lembaga membuat pengaruh tersebut

tidak sekuat yang diharapkan. Temuan ini menegaskan pentingnya membangun keterikatan emosional antara muzakki dan lembaga, agar norma dan sikap positif dapat lebih efektif diterjemahkan menjadi niat berzakat yang konsisten.

Penegasan tersebut didasarkan pada hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang telah disajikan pada Bab IV. Berdasarkan tanggapan responden, *Emotional Disconnect* dalam penelitian ini mencakup kurangnya empati terhadap mustahik, minimnya komunikasi karena tidak memperoleh informasi langsung dari penerima zakat, serta berkurangnya kebahagiaan akibat tidak adanya interaksi personal saat zakat disalurkan melalui OPZ. Sebagian besar responden juga menyatakan lebih tersentuh ketika melihat langsung kondisi mustahik dibandingkan hanya membaca laporan lembaga. Dengan demikian, faktor emosional terbukti berperan penting dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh sikap terhadap niat muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Julita et al (2024) menunjukkan bahwa *Emotional Quotient (EQ)* berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara *Psychology of Money* terhadap *Muzakki's Decision to Pay Zakat to Zakat Management Organisations*. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan muzakki dalam mengelola emosi dapat memperkuat hubungan antara faktor psikologis dan perilaku berzakat. Dalam konteks penelitian ini, temuan tersebut relevan karena menegaskan peran aspek emosional sebagai variabel moderasi yang memengaruhi arah dan kekuatan hubungan antara sikap positif dan niat membayar zakat melalui OPZ. Sejalan dengan itu, *emotional disconnect* berperan sebagai moderator karena tingkat keterputusan emosional muzakki terhadap mustahik menentukan

kekuatan pengaruh sikap positif terhadap niat menunaikan zakat. Keterputusan emosional yang rendah memperkuat pengaruh sikap positif sedangkan keterputusan emosional yang tinggi melemahkannya.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa faktor emosional berperan penting sebagai variabel moderasi dalam memengaruhi hubungan antara pesan komunikasi dan niat perilaku individu. Sung et al. (2023) menunjukkan bahwa social closeness memperkuat atau melemahkan pengaruh citra ekstrem dalam iklan amal terhadap niat berdonasi, tergantung pada tingkat kedekatan sosial individu. Laksmidewi & Gunawan (2022) menemukan bahwa consumer involvement memperkuat efek framing pesan lingkungan terhadap niat berdonasi konsumen milenial, sedangkan serta Boakye et al. (2023) membuktikan bahwa emotional connection dan customer orientation memperkuat hubungan antara kepuasan pelanggan dan niat perilaku pelanggan. Sejalan dengan temuan tersebut, dalam konteks zakat, *emotional disconnect* dipandang memiliki fungsi moderasi yang serupa, yaitu memengaruhi hubungan antara sikap muzakki dan niat membayar zakat. Semakin tinggi tingkat keterputusan emosional antara muzakki dan mustahik, semakin lemah pengaruh sikap positif terhadap niat berzakat melalui OPZ.

Kesamaan penelitian ini dengan Julita et al. (2024) terletak pada fokus terhadap perilaku muzakki dan peran faktor emosional sebagai moderator yang menunjukkan bahwa *Emotional Quotient* (EQ) memperkuat hubungan antara *psychology of money* dan keputusan membayar zakat, sedangkan penelitian ini menyoroti emotional disconnect yang justru dapat memperlemah pengaruh sikap terhadap niat berzakat. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi temuan

tersebut dengan menegaskan bahwa selain tingginya kecerdasan emosional, rendahnya keterputusan emosional juga penting dalam memperkuat niat muzakki menyalurkan zakat melalui OPZ. Selain itu, Kesamaan penelitian ini dengan studi Sung et al. (2023), Laksmidewi & Gunawan (2022) serta Boakye et al. (2023) terletak pada peran faktor emosional sebagai moderator hubungan antara sikap dan niat perilaku. Ketiganya menegaskan bahwa *social closeness*, *consumer involvement* dan *emotional connection* memperkuat pengaruh sikap terhadap niat prososial maupun pelanggan. Berbeda dari itu, penelitian ini menyoroti konteks zakat dengan menempatkan *emotional disconnect* sebagai faktor yang justru dapat memperlemah pengaruh sikap positif muzakki terhadap niat berzakat melalui OPZ.

Berdasarkan temuan Julita et al. (2024) bahwa *Emotional Quotient (EQ)* dapat memoderasi pengaruh dan memperkuat hubungan *Psychology of Money* terhadap keputusan muzakkin dalam membayar zakat melalui institusi. Sedangkan menurut peneliti, berkurangnya keterikatan emosional dapat melemahkan pengaruh sikap positif muzakki terhadap niat mereka untuk menyalurkan zakat melalui OPZ. Fenomena ini timbul karena muzakki tidak merasakan interaksi personal atau pengalaman langsung dengan mustahik, sehingga hubungan antara sikap dan niat menjadi lebih lemah. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa *emotional disconnect* dapat memoderasi pengaruh sikap positif muzakki terhadap niat membayar zakat melalui OPZ. Asumsi ini berdasarkan pandangan bahwa keterlibatan emosional yang tinggi memperkuat konsistensi antara sikap positif dan niat berzakat, sehingga sikap muzakki lebih mudah diterjemahkan menjadi tindakan nyata melalui lembaga resm.

Penelitian ini menegaskan pentingnya memasukkan aspek emosional dalam model perilaku muzakki, karena keterhubungan emosional dapat memengaruhi sikap sekaligus niat dalam menunaikan zakat, sehingga menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu dalam memahami perilaku berzakat. Dari sisi penerapan, temuan ini memberi arahan bagi OPZ untuk memperkuat strategi komunikasi dengan menghadirkan kisah nyata para mustahik, sehingga dapat meningkatkan kedekatan emosional muzakki dan konsistensi antara sikap positif dan niat berzakat melalui lembaga resmi. Narasi tersebut dapat membangkitkan empati dan membangun ruang keterhubungan emosional antara muzakki dan penerima zakat. Upaya ini diharapkan mampu mengurangi potensi *emotional disconnect* sekaligus memperkuat komitmen muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki menyalurkan zakat melalui OPZ. Variabel-variabel sebelumnya seperti literasi, kepercayaan, dan norma subjektif telah menekankan sisi rasional serta normatif sedangkan variabel *emotional disconnect* memperlihatkan adanya dimensi emosional yang turut berperan. Hal ini menegaskan bahwa keputusan muzakki tidak semata-mata dibangun atas dasar pengetahuan dan pengaruh sosial, tetapi juga keterhubungan emosional dengan mustahik. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkaya perspektif bahwa pengelolaan zakat akan lebih optimal apabila mampu mengintegrasikan aspek kognitif, sosial, dan emosional secara seimbang.

H. *Emotional Disconnect* Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Emotional Disconnect* secara signifikan memoderasi hubungan antara Norma Subjektif dan Intention, dengan arah efek negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *emotional disconnect*, maka pengaruh Norma Subjektif terhadap niat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya semakin melemah. Fenomena ini menunjukkan bahwa keterputusan emosional dapat mengurangi kekuatan pengaruh ekspektasi sosial dan komitmen terhadap lembaga dalam mendorong niat membayar zakat. Temuan ini menegaskan pentingnya membangun keterikatan emosional antara muzakki dan lembaga, sehingga norma sosial dapat lebih efektif diterjemahkan menjadi niat berzakat yang konsisten.

Penegasan tersebut didasarkan pada hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang telah disajikan pada Bab IV. Berdasarkan tanggapan responden, *Emotional Disconnect* dalam penelitian ini mencerminkan berkurangnya keterhubungan emosional dengan mustahik, antara lain karena minimnya interaksi langsung dan terbatasnya informasi yang diperoleh dari penerima zakat. Sebagian besar responden juga menyatakan bahwa mereka lebih tersentuh ketika dapat melihat langsung kondisi mustahik dibandingkan hanya membaca laporan dari lembaga. Dengan demikian, faktor emosional berperan dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh norma subjektif terhadap niat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui OPZ.

Julita et al. (2024) menunjukkan bahwa *Emotional Quotient (EQ)* berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara *Psychology of*

Money terhadap *Muzakki's Decision to Pay Zakat to Zakat Management Organisations*. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan muzakki dalam mengelola emosi dapat memengaruhi kekuatan hubungan antara faktor psikologis dan perilaku berzakat. Dalam konteks penelitian ini, temuan tersebut relevan karena menegaskan peran aspek emosional sebagai variabel moderasi yang memengaruhi arah dan kekuatan hubungan antara norma subjektif positif dan niat membayar zakat melalui OPZ. Sejalan dengan itu, *emotional disconnect* dipandang memiliki fungsi moderasi yang serupa, di mana tingkat kedekatan emosional muzakki terhadap mustahik akan menentukan seberapa kuat norma subjektif positif mampu mendorong niat untuk menunaikan zakat melalui lembaga resmi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor emosional berperan penting sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara pesan komunikasi dan niat perilaku individu. Laksmidewi dan Gunawan (2022) menemukan bahwa *consumer involvement* memperkuat pengaruh framing pesan lingkungan terhadap niat berdonasi konsumen milenial, yang berarti semakin tinggi keterlibatan emosional terhadap isu sosial, semakin kuat niat untuk berpartisipasi dalam kegiatan prososial. Sementara itu, Boakye et al. (2023) membuktikan bahwa *emotional connection* dan *customer orientation* memperkuat hubungan antara kepuasan dan niat perilaku pelanggan, menegaskan bahwa kedekatan emosional dapat meningkatkan komitmen perilaku. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengadopsi konsep serupa dengan menempatkan *emotional disconnect* sebagai variabel moderasi dalam konteks zakat, dengan menyoroti bahwa rendahnya keterputusan emosional antara muzakki dan

mustahik berpotensi memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap niat berzakat melalui OPZ.

Kesamaan penelitian ini dengan studi Julita et al. (2024) terletak pada fokusnya terhadap konteks zakat dan peran faktor emosional sebagai variabel moderator dalam hubungan antara norma psikologis dan niat berperilaku. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *emotional quotient* (EQ) memoderasi pengaruh sikap dan *psychology of money* terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui lembaga. Sejalan dengan itu, Laksmidewi dan Gunawan (2022) serta Boakye et al. (2023) juga menegaskan bahwa consumer involvement dan emotional connection berperan memperkuat hubungan psikologis terhadap niat perilaku prososial maupun pelanggan. Namun berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, studi ini menempatkan emotional disconnect sebagai variabel yang berlawanan arah, menggambarkan bagaimana jarak emosional antara muzakki dan mustahik dapat memperlemah pengaruh norma subjektif terhadap niat berzakat melalui OPZ di Malang Raya.

Berdasarkan temuan Julita et al. (2024) bahwa *Emotional Quotient* (EQ) dapat memoderasi pengaruh dan memperkuat hubungan *Psychology of Money* terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui institusi.. Sedangkan menurut peneliti, berkurangnya keterikatan emosional antara muzakki dan mustahik dapat melemahkan pengaruh norma subjektif terhadap niat menyalurkan zakat melalui OPZ. Fenomena ini muncul karena muzakki tidak merasakan interaksi personal atau pengalaman langsung dengan mustahik, sehingga pengaruh norma subjektif terhadap niat dapat berbeda-beda tergantung tingkat kedekatan emosional. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa *emotional*

disconnect dapat memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap niat membayar zakat melalui OPZ. Asumsi ini didasarkan pada pandangan bahwa semakin rendah jarak emosional dan semakin tinggi keterlibatan emosional, maka semakin konsisten pengaruh norma subjektif terhadap niat muzakki menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat muzakki tetapi tingkat *emotional disconnect* antara muzakki dan mustahik menentukan seberapa kuat pengaruh tersebut diterjemahkan menjadi niat menyalurkan zakat melalui OPZ.. Kondisi tersebut menandakan bahwa perilaku berzakat tidak hanya berlandaskan pada norma sosial, tetapi juga pada ikatan emosional yang berperan dalam memperkuat ataupun melemahkan dorongan untuk menunaikan zakat. Dari sisi implementasi, OPZ dapat merancang ruang interaksi yang lebih menyentuh aspek emosional, misalnya melalui program pengembangan mustahik, pengalaman nyata di lapangan, testimoni penerima zakat, maupun kegiatan sosial yang melibatkan muzakki secara langsung. Langkah-langkah ini diyakini mampu mengurangi *emotional disconnect*, sekaligus menjadikan norma sosial lebih bermakna. Dengan cara tersebut, kepatuhan berbasis norma dapat dibarengi dengan kedekatan emosional yang berpotensi memperkuat loyalitas muzakki serta meningkatkan penghimpunan zakat.

Kajian ini memberikan perluasan perspektif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki menyalurkan zakat melalui OPZ. Jika kajian sebelumnya lebih banyak menekankan aspek normatif dan kognitif melalui variabel seperti literasi dan kepercayaan maka dimensi emosional melalui variabel *emotional disconnect* menawarkan pandangan berbeda. Keputusan muzakki dalam

berzakat ternyata tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan sosial ataupun pengetahuan tentang zakat, melainkan juga oleh kedekatan emosional dengan para penerima manfaat. Oleh karena itu, pengelolaan zakat akan lebih optimal apabila aspek kognitif, sosial, dan emosional mampu diintegrasikan secara seimbang.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini dikarenakan muzakki yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung merasa yakin bahwa OPZ dapat menyalurkan zakat dengan baik dan amanah. Tingkat kepercayaan yang tinggi membentuk sikap yang positif, sehingga mendorong muzakki untuk menyalurkan zakat melalui OPZ dan cenderung konsisten dalam keputusan mereka.
2. Literasi zakat berpengaruh secara signifikan terhadap sikap muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini dikarenakan muzakki yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai zakat cenderung memiliki sikap yang positif terhadap pentingnya menyalurkan zakat melalui OPZ. Pemahaman yang tinggi mengenai zakat mendorong muzakki untuk lebih sadar akan kewajiban zakat dan konsisten dalam menyalurkan zakat melalui OPZ.
3. Sikap muzakki berpengaruh secara signifikan terhadap niat (intention) menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini dikarenakan muzakki yang memiliki sikap positif terhadap zakat cenderung memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk menunaikan zakat melalui OPZ. Sikap yang positif ini menjadi dasar yang mendorong terbentuknya niat yang konsisten dalam menyalurkan zakat melalui OPZ.
4. Norma subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap niat (intention) muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini

dikarenakan muzakki cenderung menyesuaikan perilaku mereka dengan harapan atau tekanan sosial dari orang-orang terdekat, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sekitar. Norma subjektif yang kuat mendorong muzakki untuk lebih konsisten dan termotivasi dalam menyalurkan zakat melalui OPZ.

5. Sikap memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat (intention) muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini dikarenakan tingkat kepercayaan muzakki terhadap OPZ membentuk sikap yang positif, dan sikap tersebut kemudian mendorong terbentuknya niat untuk menyalurkan zakat. Dengan demikian, pengaruh kepercayaan terhadap niat muzakki terjadi secara tidak langsung melalui sikap sebagai mediator.
6. Sikap memediasi pengaruh literasi zakat terhadap niat (intention) muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ Malang Raya. Hal ini dikarenakan pemahaman muzakki mengenai zakat membentuk sikap yang positif terhadap pentingnya menunaikan zakat, dan sikap tersebut selanjutnya mendorong terbentuknya niat untuk menyalurkan zakat melalui OPZ. Dengan demikian, literasi zakat berdampak pada niat muzakki melalui pembentukan sikap yang positif.
7. *Emotional disconnect* memoderasi pengaruh sikap terhadap niat muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ di wilayah Malang Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *emotional disconnect* memperlemah hubungan antara sikap dan niat, sehingga berperan sebagai faktor moderasi dalam memengaruhi keputusan muzakki untuk menyalurkan zakat.
8. *Emotional disconnect* memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap niat muzakki dalam menyalurkan zakat melalui OPZ di wilayah Malang Raya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa emotional disconnect memperlemah hubungan antara norma subjektif dan niat, sehingga berperan sebagai variabel moderasi yang menentukan sejauh mana norma subjektif efektif mendorong niat muzakki untuk berzakat.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya, namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Objek Zakat yang Tidak Spesifik

Penelitian ini tidak membedakan jenis zakat yang dibayarkan oleh responden, sehingga perbedaan karakteristik pembayaran zakat (misalnya zakat mal, zakat fitrah, atau infaq/sedekah) tidak dianalisis secara mendalam. Hal ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian terhadap seluruh bentuk zakat.

2. Metode Pengambilan Sampel

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online, sehingga tidak dapat dipastikan bahwa setiap responden adalah muzakki yang benar-benar aktif membayar zakat. Ketergantungan pada data self-report menimbulkan risiko bias, seperti responden yang memberikan jawaban tidak akurat atau tidak konsisten.

3. Eksplorasi Terbatas

Penelitian ini hanya menggunakan satu metode pengumpulan data, yaitu kuesioner, sehingga informasi yang diperoleh terbatas pada perspektif

kuantitatif. Pendekatan ini membatasi pemahaman mendalam mengenai motivasi, sikap, atau faktor kontekstual lain yang mungkin memengaruhi niat membayar zakat. Dengan memahami keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat memperluas metode pengumpulan data, membedakan jenis zakat, dan menambahkan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang perilaku muzakki.

C. Saran

1. Bagi Organisasi Pengelola Zakat OPZ

OPZ disarankan untuk memperkuat keterikatan emosional muzakki dengan lembaga. Hal ini dapat dilakukan melalui komunikasi yang lebih personal, transparansi dalam penggunaan dana zakat, serta pendekatan yang menunjukkan dampak nyata dari zakat yang diberikan. Dengan strategi ini, muzakki yang kurang merasa dekat secara emosional dengan mustahik dapat merasa lebih terhubung dan terdorong untuk melakukan membayar zakat melalui Lembaga.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mendatang disarankan untuk membedakan jenis zakat yang menjadi objek penelitian agar analisis perilaku muzakki lebih spesifik. Selain itu, disarankan untuk mendiversifikasi metode pengumpulan data, yaitu dengan melakukan wawancara mendalam atau survei tatap muka, agar potensi bias dari kuesioner daring dapat diminimalkan dan data yang diperoleh lebih akurat serta representatif. kemudian Pendekatan mix metode yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif, sangat dianjurkan untuk mengeksplorasi aspek emosional muzakki terhadap mustahik, termasuk motivasi, keterikatan

emosional, dan persepsi terhadap penerima zakat, sehingga pemahaman terhadap perilaku membayar zakat menjadi lebih komprehensif

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fisbein, M. (1980). *Understanding Attitude and Predicting Sosial Behavior*. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River.
<https://archive.org/details/understandingatt00icek/page/n3/mode/2up?view=theater>
- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of Investment Intention in Indian Stock Markets: Extending the Theory of Planned Pehaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119.
- Aknin, L. B., Dunn, E. W., Sandstrom, G. M., & Norton, M. I. (2013). Does social connection turn good deeds into good feelings? On the value of putting the “social” in prosocial spending. *International Journal of Happiness and Development*, 1(2), 155. <https://doi.org/10.1504/IJHD.2013.055643>
- Al-Bukhari, M. bin I. (846). *Shahih Bukhari*. Dar Taq al-Najah.
- Al-Hajjaj, M. bin. (875). *Shahih Muslim*. Dar Ihya al-Turath al-Arabi.
- Al-Khatib, A. K. (1970). *Al-Tafsir Al-Qurani Lil Quran*. Dar Al Fikr Al Arabi.
- Al-Muzaffar, A. (1997). *Tafsir Al-Qur'an*. Dar Al Watan.
- Al-Qurtubi, S. al-D. (1964). *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an* (1964th ed.). Perpustakaan Nasional Mesir.
- Al-Tabari, I. J. (922). *Tafsir At-Thabari Jami' al-Bayan fi Tafsir Ayat al-Qur'an*. Dar al-Tarbiyah wa al-Turath.
- Alfira Oktaviani, S. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan dan Altruisme terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Lembaga Zakat Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Muzakki DKI Jakarta). *Account*, 9(2). <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4689>
- Alimusa, L. O., Herianingrum, S., Adirestuty, F., & Hakim, A.-A. A. A. (2025). Determinants of Zakat compliance behaviour and future direction: a systematic literature review. *International Journal of Law and Management, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2024-0416>
- Amilahaq, F., & Ghoniyah, N. (2019). Compliance Behavior Model of Paying Zakat on Income Through Zakat Management Organizations. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 114. <https://doi.org/10.22373/share.v8i1.3655>
- Amin, H., & Shaikh, I. M. (2025). Zakat al-mustaghallat for Malaysian landlords of residential properties. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 18(1), 178–195.
- Anam, F., & Haq, F. (2022). The Effect of Attitudes, Subjective Norms, Behavioural Control, and Income on Intentions to Pay Agricultural Zakat with Zakat Literacy as

- a Moderating Variable. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 3(2), 141–158.
- Annahl, M. A. F., Al Anshory, A. C., & Aulia, M. (2021). Why do Muzaki pay zakat through institutions? The theory of planned behaviour application. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7, 203–226.
- Asegaf, M. M., & Muchlisin, M. C. (2023). Non-Civil Servant Muzakkī Intentions in Paying Zakāh in BAZNAS of Sidoarjo and Trenggalek Regency, East Java. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 13(2), 190–208. <https://doi.org/10.15642/elqist.2023.13.2.190-208>
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang memengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat melalui kitabisa. com: Pendekatan technology acceptance model dan theory of planned behavior. *AL-MUZARA 'AH*, 9(1), 21–44.
- Asy-Syafi'i, M. B. I. (2007). *Tafsir Al-Imam Asy-Syafi 'i*. Dar Al-Tadmuriyya.
- Boakye, K. G., Prybutok, V. R., Randall, W. S., & Ofori, K. S. (2023). Emotional Connection And Customer Orientation As Moderators In Improving The Customer Satisfaction–Behavioral Intention Link: A Moderated Moderation Service Model. *Quality Management Journal*, 30(3), 153–167.
- Capasso, M., Caso, D., & Zimet, G. D. (2022). The mediating roles of attitude toward COVID-19 vaccination, trust in science and trust in government in the relationship between anti-vaccine conspiracy beliefs and vaccination intention. *Frontiers in Psychology*, 13, 936917.
- Chetioui, Y., Lebdaoui, H., & Chetioui, H. (2021). Factors influencing consumer attitudes toward online shopping: the mediating effect of trust. *EuroMed Journal of Business*, 16(4), 544–563.
- Daffa, M., & Sumadi. (2023). Minat Beli Sepeda Motor Vespa Melalui Faktor Intervening Sikap. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)*, 1(5), 1–14. <https://doi.org/10.12345/IJEBAAM.V1I5.26>
- Disman, D., Saptono, A., & Widhiastuti, R. (2024). Economic Education, Digital Literacy and Intention to Invest Among Students: The Mediating Role of Financial Attitudes. *International Journal of Instruction*, 17(1), 65–82.
- Dwi, I. (2019). Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Inte. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal*

- EMT KITA*, 6(2), 244–248. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.621>
- Fajriyah, A. N., & Rahmayati, A. (2023). Zakah Of Agriculture: Factor Influencing Farmers Behavioral Intention to Pay. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 176–189.
- Febrianti, B., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2921–2939.
- Fitriyani, L., & Irkhani, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Aparatur Sipil Negara (Asn) Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas Kabupaten Demak. *JES: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1).
- Frensiska, V., Khatolik, U., & Charitas, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Melalui Peran Mediasi Sikap. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 6(1), 1–5.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v. 3.2. 7 2018. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.). In *Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haji-Othman, Y., Sholeh, M., Yusuff, S., Nazjmi, W., Fisol, M., Cheumar, M., Abdul, S., & Mu', H. (2022). a Critical Analysis of the Influence of Attitude and Religiosity on Compliance Behavior of Income Zakat and Its Relation To Maqasid Shari'Ah and Sustainable Development Goals. *CIFER International Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–11.
- Haning, M. T., & Tahili, M. H. (2021). *Public Trust: Dalam Pelayanan Organisasi Publik Konsep, Dimensi Dan Strategi*. Unhas Press.
- Idris. (2024). Application Analysis Theory of Planned Behavior against the Interest of Becoming a Teacher in the Remote Area of Tojo Una-Una Indonesia. *International Journal of Religion*, 5(11), 4500–4511. <https://doi.org/10.61707/g7x6m779>
- Irawan, A. W., Putro, H. K., Sifa, M. A., & Wahyudhi, I. (2023). Pendistribusian Zakat Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAZ). *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(1), 74–88.
- Jibu, M. F. I., & Boku, Z. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki

- dalam Membayar Zakat Maal melalui Lembaga Amil Zakat di Gorontalo. *Jambura Accounting Review*, 3(2), 66–78.
- Julita, Soemitra, A., & Marliyah. (2024). Understanding Zakat Payments in Indonesia: A psychological Perspective on Muzakki Behaviour. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 8(2), 271–286.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Kim, J. B. (2012). An Empirical Study on Consumer First Purchase Intention in Online Shopping: Integrating Initial Trust and TAM. *Electronic Commerce Research*, 12(2), 125–150.
- Koc, F., Ozkan, B., Komodromos, M., Efendioglu, I. H., & Baran, T. (2025). The Effects of Trust and Religiosity on Halal Products Purchase Intention: Indirect Effect of Attitude. *EuroMed Journal of Business*, 20(5), 141–165.
- Korchmaros, J. D., & Kenny, D. A. (2001). Emotional closeness as a mediator of the effect of genetic relatedness on altruism. *Psychological Science*, 12(3), 262–265. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00348>
- Kurniawan, R., Priharta, A., & Sopa, S. (2025). The Influence of Digital Literacy, Game-Based Methods, and Religiosity Attitude on Zakat Knowledge in Al-Islam and Muhammadiyah Learning. *Asian Journal of Social and Humanities*, 3(12), 2095–2114.
- Kusuma, I. D., Untarini, N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2014). Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(4). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/11153>
- Laksmidewi, D., & Gunawan, R. A. (2022). Advertising Messages Framing to Encourage Indonesian Young Millennial Consumers' Intention of Environmental-Cause Donations. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(2), 455–464. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2022.43.2.25>
- Lim, T. S., Mail, R., Abd Karim, M. R., Ulum, Z. K. A. B., Jaidi, J., & Noordin, R. (2018). A Serial Mediation Model Of Financial Knowledge On The Intention To Invest: The Central Role Of Risk Perception And Attitude. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 20, 74–79.
- Mahendra, T. R., Sarah, Y., & Fitriani, G. (2021). The Influence of Perception and Attitude Toward Zakat, Infaq, and Alms Interest in Overcoming Poverty Levels in

- Indonesia (case study in Yogyakarta). *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1).
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33–39. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.005>
- Mash‘Amah, F., Setyawan, S., & Nilasari, T. P. (2023). Pengaruh Pendapatan, Kesadaran Dan Pengetahuan Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Membayar Zakat Profesi Melalui BAZNAS Dengan Faktor Umur Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntansiku*, 2(4), 193–202.
- Maulidia, R., & Mukhlis, I. (2022). Performance Analysis of Zakat-Based Empowerment to Improve Mustahik’s Welfare. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 5(1), 648–659.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Md Husin, M., Aziz, S., & Bhatti, T. (2023). The impact of brand familiarity, perceived trust and attitude on investors’ decision-making in Islamic stock market. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 2009–2026.
- Mubarok, W. I., & Safitri, R. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat muzaki membayar zakat. *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*, 5(2), 474–479.
- Mulyono, K. B. (2021). Decision Model for Saving Stocks Based on TPB and Financial Literacy. *Dinamika Pendidikan*, 16(1), 94–102.
- Nickerson, C. (2023). Theory of Reasoned Action (Fishbein and Ajzen, 1975). *Simply Psychology*, 1–11.
- Oladapo, I. A., Omar, N., Muda, R., & Abdurraheem, A. A. (2019). The Mediating Effect Of Attitude On Customers’ Behavioural Intention To Participate In Islamic Banking: Empirical Evidence. *International Journal of Financial Research*, 10(5), 167–180.
- Panggati, I. E., Sasmoko, B. S., & Abdinagoro, S. B. (2022). The Influence of Trust to digital Influencer and Digital Advertising Capabilities on consumers Attitude toward digital Advertising in COVID-19 Pademic. *IEOM Society International*, 13–15.
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9.

- Pramasdani, G. A., & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Terhadap Sikap Siswa dalam Mengelola Sampah di SMP Negeri 5 Pematang. *Edu Geography*, 8(3), 182–188. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edugeo%0APengaruh>
- Pratiwi, I. E. (2018). Factors influencing muslims compliance behavior in paying Zakah of income: A case study in Jayapura (a non-muslim region in Indonesia). *Qudus International Journal of Islamic Studies*, 6(1), 69–88.
- Puspitasari, N., Hidayat, S. E., Ab Aziz, N., Muhsyi, A., & Prihatini, D. (2025). Theory of Islamic reaction action: a new approach to use the Islamic service of BPJS Ketenagakerjaan in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Putra, W. M., & Lestari, E. D. (2022). The Influence of Knowledge, Income Level, Transparency, and Trust in Muzakki's Interest to Pay Zakat through The Zakat Organization outside Java and Java Island. *International Conference on Sustainable Innovation Track Accounting and Management Sciences (ICOSIAMS 2021)*, 108–124.
- Rahman, M. A., Sulaiman, Y., Kamariah, N., Mat, N., & Jamadudin, O. (2022). Business Zakat Payment Compliance among Small Business Owners in Kedah, Malaysia: Mediation Effects of Awareness and Attitude. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 4(3), 248–261. <https://doi.org/10.55057/ijaref.2022.4.3.22>
- Rahmaningtyas, W., Widhiastuti, R., & Maula, M. (2020). Peran Regulasi Pemerintah dalam Kajian Minat Membayar Zakat Melalui BAZNAZ. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 92–107.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat beli produk hijai The Body Shop di kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166. <https://media.neliti.com/media/publications/165274-ID-pengaruh-pengetahuan-lingkungan-dan-kepe.pdf>
- Riyanto, S., & Putera, A. R. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Deepublish.
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>

- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188–201.
- Saputri, R. (2021). Pengaruh Attitude Dan Subjective Norm Terhadap Iintensi Muzakki Membayar Zakat Maal Di Kota Lubuklinggau Dengan Religius Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Syntax Literate*, 69(12).
- Sedjati, D. P., Basri, Y. Z., & Hasanah, U. (2018). Analysis of Factors Affecting the Payment of Zakat in Special Capital Region (DKI) of Jakarta. *International Journal of Islamic Business & Management*, 2(1), 24–34. <https://doi.org/10.46281/ijibm.v2i1.50>
- Setianingsih, H. E., Irsyad, M., & Velayati, A. A. (2022). Exploring the predictors of zakat compliance in the community of farmers. *JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting)*, 5(1), 15–28.
- Sung, B., Septianto, F., & Stankovic, M. (2023). The Effect of Severe Imagery In Advertising on Charitable Behavior And The Moderating Role of Social Closeness. *Journal of Consumer Affairs*, 57(3), 1352–1376. <https://doi.org/10.1111/joca.12531>
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). The effect of religiosity and trust on intention to pay in ziswaf collection through digital payments. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 98–115.
- Tiwari, A., Kumar, A., Kant, R., & Jaiswal, D. (2024). Impact of fashion influencers on consumers' purchase intentions: theory of planned behaviour and mediation of attitude. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 28(2), 209–225.
- Ulum, R. F., & Cahyono, E. F. (2020). Evaluation of Muzakki's Perceptions of Education Personnel at Universitas Airlangga on Faith, Income, rust, and Institutional Image Againts in Paying Proffesional Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961.
- Ur Rehman, A., Aslam, E., & Iqbal, A. (2021). Factors influencing the intention to give zakāt on employment income: evidence from the Kingdom of Saudi Arabia. *Islamic Economic Studies*, 29(1), 33–49.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. 17(1), 1–16.
- Vaddhano, N., Sancoko, A. H., & Tulipa, D. (2023). Predicting Consumer Behavior Toward Healthy Beverages In Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2),

163–178.

- Wahyudin, W., Zulaikha, S., & Pradisti, L. (2018). Analisis Intensi Membayar Zakat Berdasarkan Planned Behaviour Approach (Studi pada Lazis Baitul Arqam Purwokerto). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(4), 1–9. <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/1154>
- Wicaksono, T., Syahrani, & Shahrial Putra, D. (2022). Attitude Components Towards Online Purchase Intention. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(5), 1471–1477. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i5.597>
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan dan Promosi untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*.
- Yasa, A. D., Rahayu, S., Handayanto, S. K., & Ekawati, R. (2024). Investigation Effects Digital Literacy on Primary Student Attitude in Indonesia. *International Journal of Elementary Education*, 8(1), 11–19. <https://doi.org/10.23887/ijee.v8i1.70413>
- Yerrou, H., Achmaoui, A., & Bezoui, O. (2023). The determinants of institutionalization of Zakāt: the case of Morocco. *Islamic Economic Studies*, 31(1/2), 22–42.
- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Setia Nugraha, S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15–27.
- Zainal, N. T. A., Harun, A., & Lily, J. (2017). Examining the Mediating Effect of Attitude Towards Electronic Words of Mouth (eWOM) on the Relation Between the Trust in eWOM Source and Intention to Follow eWOM Among Malaysian Travellers. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 35–44.
- Zaitul, Z. et al. (2020). Pengujian Faktor Penentu Prilaku Membayar Zakat Harta dari Perspektif Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 3(1), 438–457.

LAMPIRAN-LAMPIRAN
Lampiran 1 Dokumentasi



Dokumentasi wawancara dengan petugas BAZNAS Kabupaten Malang



Dokumentasi wawancara dengan petugas LAZ YASA Malang



Dokumentasi wawancara dengan petugas BAZNAS Kota Malang



Dokumentasi wawancara dengan petugas LAZISKHU Malang

LEMBAR PERSETUJUAN KEIKUTSERTAAN PENELITIAN

Sebelum Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab pernyataan dalam instrumen penelitian ini, diharapkan untuk mengisi terlebih dahulu lembar persetujuan dibawah ini yang sesuai dengan diri Bapak/Ibu/Saudara/i

1. Identitas Responden

- a. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- b. Usia : tahun
- c. Domisili :

2. Petunjuk Pengisian

- a. Isilah identitas anda (identitas dijamin kerahasiaannya oleh peneliti)
- b. Beri tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang paling sesuai menurut anda
- c. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan apa yang anda alami dan rasakan agar penelitian ini memperoleh data yang valid

d. Pilihan jawaban terdiri dari

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- N = Netral
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Malang Raya, 2025

Peneliti


(Amiruddin)

Partisipan

()

KUESIONER

Keterangan dan cara pengisian:

OPZ adalah Organisasi Pengelola Zakat seperti Baznas dan LAZ

Cara pengisian:

SS	= Sangat Setuju	TS	= Tidak Setuju
S	= Setuju	STS	= Sangat Tidak Setuju
N	= Netral		

No	Pernyataan	Penilaian				
A.	Kepercayaan/Kepercayaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya OPZ mampu mengelola dana zakat dengan baik					
2.	Saya yakin OPZ berpegang teguh pada kejujuran dalam mengelola zakat					
3.	Saya percaya data pribadi saya dijaga dengan baik oleh sistem yang dimiliki oleh OPZ					
4.	Saya tidak khawatir zakat saya disalahgunakan oleh OPZ					
5.	Saya percaya bahwa OPZ memiliki sistem yang tepat dalam menyalurkan zakat.					
B.	Literasi Zakat	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui bahwa penerima zakat terdiri dari 8 golongan.					
2.	Saya mengetahui cara menghitung zakat penghasilan					
3.	Selain untuk membersihkan harta dan jiwa, zakat berdampak bagi kesejahteraan sosial					
4.	Saya mengetahui adanya program penyaluran zakat seperti beasiswa dan bantuan modal usaha.					
5.	Saya tahu bahwa zakat bisa disalurkan melalui organisasi resmi seperti BAZNAS atau LAZ.					
C.	Sikap/Attitude	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa senang membayarkan kewajiban zakat saya melalui OPZ					
2.	Saya tertarik untuk membayar zakat melalui OPZ					

3.	Membayar zakat di OPZ merupakan hal yang positif					
4.	Saya mendukung kegiatan pembayaran zakat melalui OPZ					
5.	Saya merasa bangga menjadi bagian dari sistem zakat nasional yang dikelola dengan baik.					
D.	Norma Subjektif	SS	S	N	TS	STS
1.	Keluarga saya menyarankan saya untuk membayar zakat melalui OPZ					
2.	Teman-teman saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan layanan OPZ					
3.	Saya membayar zakat di OPZ karena sesuai dengan kebiasaan lingkungan di sekitar saya					
4.	Sebagian besar teman-teman saya membayar zakat melalui OPZ					
5.	Membayar zakat melalui OPZ memberikan citra yang lebih baik di mata lingkungan saya.					
E.	Emotional Disconnect	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa tidak memiliki kedekatan dengan para mustahik yang menerima zakat melalui OPZ.					
2.	Saya tidak mendapat informasi/cerita dari penerima zakat yang saya bantu melalui OPZ					
3.	Saya merasa tersentuh jika melihat langsung penerima zakat dibandingkan membaca laporan organisasi					
4.	Memberikan zakat melalui OPZ terasa kurang bermakna jika dibanding menyalurkannya secara langsung					
5.	Saya merasa kurang puas secara batin karena tidak berinteraksi langsung dengan penerima zakat					
F.	Minat/Intensi	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik untuk terus mendukung dan berpartisipasi dalam program OPZ					
2.	Saya merasa termotivasi untuk rutin membayar zakat melalui OPZ					
3.	Saya berencana membayar zakat secara rutin melalui OPZ					
4.	Saya berniat untuk membayar zakat melalui OPZ dalam waktu dekat.					
5.	Saya siap meluangkan waktu untuk mengikuti sosialisasi atau kegiatan OPZ					

Lampiran 3

HASIL TABULASE DATA KUESIOER

	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	M. 1	M. 2	M. 3	M. 4	M. 5	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	Z. 1	Z. 2	Z. 3	Z. 4	Z. 5	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5
1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
7	4	3	4	4	5	5	3	5	3	4	3	3	5	5	5	3	4	2	2	2	3	4	5	2	3	5	3	3	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	1	1	3	3	3	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3
11	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
12	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3	1	1	2	3
13	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4
14	4	4	5	5	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
15	5	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	4	3	2	4	2	4	4	4	3	4	4
16	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3
17	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
18	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3
19	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3

20	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	5	4	5	4	3	2	2	2	2	2
21	5	4	5	3	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	2	1	4	2	3	5	5	4	3	5
22	3	3	3	3	3	5	3	5	4	5	4	4	5	3	5	4	3	3	2	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
23	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
24	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	2	1	4	2	4	4	4	5	2	4
27	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5
28	5	5	4	5	4	5	3	4	2	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4
29	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
30	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	3	3	5
31	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	2	2	4	3	3	5	5	4	4	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4
34	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	3	5
35	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	1	2	4	2	3	5	5	4	3	5
36	4	4	5	3	5	4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	2	4	2	1	4	4	2	5	5	5	4	5
37	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	1	4	5	2	4	2	1	3	5	4	5	5	4	5	5
38	4	3	5	2	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	1	2	4	3	4	3	1	4	4	2	5	5	4	4	5
39	4	3	4	2	3	4	5	3	2	4	4	3	4	4	2	3	2	1	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4
40	4	2	4	3	3	5	3	4	2	3	4	2	3	2	1	3	4	4	4	3	4	5	2	3	4	3	2	4	3	1
41	2	1	3	2	2	4	4	5	3	2	4	2	2	3	2	1	3	2	2	1	4	3	5	4	4	2	2	3	1	2
42	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	2	1	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3
43	2	4	3	3	4	4	4	4	3	1	4	5	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	5	3	4	4	2
44	3	4	2	4	3	5	3	4	2	1	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	2
45	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	3	1	5	4	2	4	4	3	4	5

46	2	4	3	4	5	4	4	2	3	1	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	5	3	2	4	3
47	3	4	4	3	1	4	3	4	3	2	2	4	3	4	5	4	5	3	4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3
48	4	3	5	3	2	4	4	3	2	2	1	3	4	4	3	4	5	4	4	4	2	1	3	2	3	4	5	4	4	4
49	5	4	5	3	2	4	4	5	3	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	1	2	4	5	5	4	4	4	4	4
50	5	3	4	3	5	4	1	4	3	5	5	3	4	3	5	2	2	2	2	4	1	2	5	2	1	4	5	5	5	5
51	3	2	3	1	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	5	5	5	5
52	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	1	5	4	4	4	4
53	4	5	4	3	4	4	2	3	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	2	1	3	4	4	4	4
54	5	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	5	2	4	4	4	4
55	4	5	3	4	3	5	2	5	4	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	2	1	3	1	2	5	4	4	4	4
56	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	3	2	1	5	4	4	4	4
57	5	4	3	2	3	4	3	4	4	3	5	3	5	4	4	2	2	2	2	4	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4
58	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	1	2	5	2	1	4	5	5	5	5
59	5	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	5	4	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	3	2	4	5	5	5	5
60	5	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	1	1	1	3	2	1	3	4	5	4	4	4	4	4
61	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	1	4	4	4	4	4
62	4	3	1	2	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	5	4	4	3	3	3	3
63	4	3	3	2	4	5	2	4	2	4	4	4	3	5	3	1	1	1	1	3	1	2	4	1	2	4	4	4	4	4
64	3	4	2	2	3	4	4	5	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	2	2
65	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	2	1	3	1	2	5	3	3	3	3
66	4	3	4	2	4	4	4	3	2	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	1	5	4	4	4	4
67	3	4	2	1	4	2	2	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	4	4	4	4
68	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	1	5	4	4	4	4
69	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4	4	2	1	3	5	5	5	5	3	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4
70	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	1	4	5	5	5	5
71	5	4	5	2	4	4	1	4	1	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	3	1	2	5	2	1	4	5	5	5	5

72	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	4	5	5	5	5
73	4	5	3	2	4	4	2	4	3	2	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	4	2	5	4	4	4	4	4
74	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	5	4	3	3	3	3
75	4	5	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4	4	5	2	2	2	2	2	4	1	2	4	1	2	4	3	3	3	3
76	3	4	2	3	1	4	3	2	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	2	3	2	4	5	4	4	2	2	2	2
77	3	4	2	1	3	3	2	2	4	3	5	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	3	4	4	4	4
78	4	5	3	1	4	5	2	5	2	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	1	3	1	2	5	4	4	4	4
79	4	4	5	3	4	4	3	2	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	1	3	2	2	3	4	4	4	4
80	5	3	4	1	4	4	1	4	3	5	5	3	3	3	4	2	2	2	2	2	1	2	5	2	1	5	5	3	4	3
81	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
82	4	5	4	1	4	5	3	4	1	4	4	5	3	4	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	3	3	4	3	5
83	5	4	4	3	4	4	2	4	3	4	5	3	4	4	3	2	2	2	2	3	1	2	4	3	2	4	3	5	4	4
84	3	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
85	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4
86	5	4	5	3	4	4	5	4	1	4	5	4	5	3	4	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	4	5	3	4	3
87	4	5	3	1	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
88	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	1	2	1	2	1	4	3	5	4	5
89	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
90	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
91	4	4	2	3	4	2	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	2	4	1	5	2	2	4	5	5	4	4	2	3	4
92	4	3	2	4	4	4	2	4	5	5	3	3	4	4	4	1	2	2	1	4	1	4	4	3	3	4	4	2	2	5
93	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	2	5	3	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	5	4	4	5	2
94	4	4	3	4	5	2	4	4	5	3	4	4	2	3	4	1	4	3	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	2	5
95	4	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	5	4	4	5	2	1	2	2	4	4	2	3	4	4	5	4	2	4	2
96	4	4	3	2	2	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	2	1	2	2	2	1	2	4	2	2	4	5	4	4	4
97	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	5	4	1	1	2	1	2	4	4	5	4	3

98	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	2	4	2	1	2	2	2	3	2	1	4	2	2	4	3	4	4	2
99	4	5	3	4	2	4	4	3	5	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	1	2	5	3	2	3	3	3	3	3
100	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1	3	3	3	3	3
101	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	4	4	4	4	4
102	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	2	2	2	2	2	1	5	4	3	3	3	3	3	3
103	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2	1	2	3	5	5	5	5	5
104	4	5	4	4	3	5	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	1	2	2	5	5	5	5	5
105	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	1	2	4	3	4	4	4	4	4	4
106	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3
107	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	1	3	2	3	3	3	3	3
108	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	4	3	4	4	4	4	4	4
109	4	5	4	1	3	5	2	4	1	3	4	4	4	4	4	5	1	1	1	1	2	1	3	1	2	5	5	5	5	5
110	5	4	5	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	2	1	2	1	5	5	5	5	5
111	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	5	4	4	5	2	2	4	4	4	4	4
112	4	4	4	3	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	1	2	2	5	5	5	5	5
113	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2	2	2
114	4	4	4	3	4	3	5	4	2	4	5	5	4	5	5	4	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3
115	4	3	4	2	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	1	2	2	1	2	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4
117	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	1	3	3	3	3	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4
118	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2	4	4	4	4	4
119	5	4	5	5	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3
120	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3
121	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	1	2	2	2	2	1	2	4	3	4	4	4	4	4	4
122	4	3	4	4	4	3	5	4	2	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4

124	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	1	2	2	5	5	5	5	5
125	5	4	5	5	3	4	5	4	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	4	2	2	4	4	4	4	4
126	5	4	5	5	3	4	2	3	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	2	4	3	2	5	5	5	5	5
127	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	2	2	2	2	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4
128	5	4	5	5	4	3	2	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	3	2	1	4	4	4	4	4
129	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4
130	2	2	2	2	1	4	3	4	2	3	5	5	5	5	5	2	1	1	1	1	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	3	1	2	2	4	4	4	4	4
132	5	5	5	5	5	4	2	2	1	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	3	4	2	2	5	5	5	5	5
133	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2
134	5	5	5	5	4	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4
135	5	5	5	5	4	3	1	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4
136	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	3	2	3	5	4	3	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	5	4	2	3	1	4	4	4	4	4
138	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	2	2	2	2	4	4	5	4	3	2	2	2	2	2
139	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	1	2	4	3	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2
141	5	5	5	5	2	3	5	4	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3
142	3	3	3	3	3	4	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3
143	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	4	4	4	4
144	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	1	2	2	3	1	5	5	5	5	5
145	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2
146	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	1	2	2	4	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	2	1	4	4	5	4	4
148	3	3	3	3	2	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	3	2	1	2	4	4	4	4	4
149	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	3	1	2	2	4	4	4	4	4

150	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	3	2	4	3	1	3	3	3	3	3
151	5	5	5	5	5	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	4	2	3	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	1	3	1	2	4	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	1	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	3	2	5	5	5	5	5	5
155	5	5	5	5	5	4	3	4	4	2	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	2	1	2	3	4	5	5	5	5	5
156	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3
157	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	5	3	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4
159	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	3	5	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	1	2	3	4	4	5	5	5	5	5
162	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	5	4	4	5	1	1	1	1	1
163	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	2	2	1	2	2	1	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2	2
164	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	2	2	2	2	2	2
165	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3
166	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	2	2	3	2	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	3	1	4	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	1	2	3	4	4	4	4	4
169	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	1	2	4	5	4	4	4
170	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	4	4	4
171	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	1	3	2	2	4	4	3	4	4
172	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	2	1	1	1	1	3	2	4	3	1	5	5	5	5	5
173	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	5	3	3	3	5	4	3	3	3	3	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	3	3	3	3	3	3
175	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	4	2	1	4	4	4	4	4

176	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
177	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	1	2	3	2	5	5	5	5	5	5
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	2	1	4	2	2	4	4	4	4	4	4
179	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	1	2	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	4	4	4	4	4	4
181	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	1	2	4	2	1	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3
183	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	1	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
185	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	1	1	1	1	2	3	5	3	2	4	4	4	4	4	4
187	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4
188	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	1	1	3	2	2	5	5	5	5	5	5
189	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	1	4	2	3	4	4	4	4	4	4
190	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	3	4	4	4	4	1	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4
191	5	4	2	2	5	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
192	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4
193	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	4	2	2	3	3	3	3	3	3
194	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
195	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	1	2	4	2	2	5	5	5	5	5	5
196	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4
197	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4
198	5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	3	1	3	1	3	3	4	4	4	4	1	2	4	2	1	5	5	5	5	5	5
199	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	1	2	3	2	4	4	4	4	4	4
200	4	4	5	4	4	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4
201	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	4	2	2	5	5	5	5	5	5

202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	
203	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	
204	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	
205	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	
206	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	
207	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	
208	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	3	5	5	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	
209	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4	2	2	5	5	5	5	5	
210	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	1	2	2	1	2	4	3	4	4	3	
211	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	2	2	2	2	3	2	2	4	5	4	2	3	3	4	
212	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	4	3	4	
213	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	3	1	2	3	3	3	3	1	3	2	4	3	4	5	3	2	4	
214	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	2	2	2	2	4	5	3	4	4	3	2	1	3	2	
215	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	2	1	2	3	3	4	3	4	2	2	
216	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	4	3	4	3	4	3	2	4	
217	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	5	4	2	4	5	3	2	2	1	3	
218	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	2	3	4	5	3	2	2	2	2	5	3	4	2	2	1	3	2	4	3	
219	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	5	3
220	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	2	1	1	1	1	2	1	4	1	2	4	3	4	4	4	
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	1	1	1	1	2	3	5	2	2	4	5	4	4	4	
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	4	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	2	
223	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	2	1	4	3	4	4	5	
224	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	1	3	2	1	1	1	1	1	3	4	2	2	4	4	5	4	4	
225	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	5	4	2	1	3	3	3	3	4	5	3	4	5	4	2	1	2	3	
226	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	5	4	
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	1	4	4	3	4	4	

228	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	2	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	4	1	2	3	4	4	3	2
229	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	3	4	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	5	2	4	4	3
230	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	1	1	1	1	2	2	4	2	3	4	4	5	4	4
231	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	2	3	3	3	3	4	4	2	5	4	4	4	3	5	4
232	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	2	1	4	2	2	4	5	4	3	4
233	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	4	3	2	4	4	3	4	4
234	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	1	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	2	4	2
235	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	4	3	4	3
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	3	5	2	2	2	4	1
237	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	5	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	5	3	2	1
238	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	1	2	3	3	3	3	1	3	2	4	3	2	2	3	1	4
239	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	5	1	1	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	4	1	3	2	4	5
240	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	3	2	4	3	5	5	5	5	4	3	5	3	4	2	4	3	2	3
241	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	1	2	2	3	4	3	3	4
242	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	3	2	3	4	4	5	3	2
243	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	2	4	3	5	3	2	3
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	1	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	5	3	2
245	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	5	2	2	3	4	3	4	4	2
246	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	2	3	4	2	2	2	2	2	1	5	4	4	5	3	3	4	4	2
247	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	4	4	4	4	4	4	2	1	4	2	2	4	5	4	3	4
248	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	5	4	3	4	4
249	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	5	4	3
250	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	1	2	2	1	1	2	4	2	2	4	3	4	4	3
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	2	4	1
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	1	2	1	1	2	4	3	2	4	4	5	4	4
253	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	3	4

254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	3	4	5	4	3	4	2	2	2	4	4	3
255	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	2	2	2	3	1	2	1	2	4	3	2	4	4	3	4	4
256	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	4	5	4	4	2	3	4	4	5	2	4	2	2	4	5
257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	3	2	1	2	2	1	3	4	3	4	4
258	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	2	3	3	2	2	3	4	4	2	4	2	4	4	3	4	2	2	4	1
259	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	1	2	2	3	1	1	2	3	2	4	4	5	4	4
260	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	4	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3
261	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	2	4	2	2	4	4	3	5	4	4	2	2	4
262	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	1	2	1	2	2	2	3	5	2	2	4	4	3	4	4
263	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	2	4	5	3	4	4	2
264	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	4	5	4	4
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	2	4	4	3	5	4	1	5	4	4	2	4	4	3	2
266	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	4	4	3	2	1	3	4	4	4	5	4	4	4
267	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	4	3	4	4	4	2	5	4	2	2	4	4	3
268	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	4	4	3	1	2	1	1	1	3	4	4	5	4
269	4	4	4	4	4	5	3	2	4	2	2	1	4	3	3	2	2	4	1	4	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4
270	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	2
271	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	3	4	3	5	4	4	5	2	1	4	4	3	4	5	4	4	3
272	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	1	4	2	3	2	4	3	4	2	3	2	4	3	2	3	4	3
273	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	2	2	1	2	3	5	4	3	4
274	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	2	4	2	4	1	2	5	4	3	5	4	4	3	4
275	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	5	2	3	2	3	3	4	3	4	4	2	4	2
276	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	2	1	2	2	3	4	3	4	5	4
277	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4	2	1	3	2	3	3	4	3	4	4	2	4	2	2	3	2	3
278	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	3	4	5
279	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	3	4	4	3	2	4	3	5	4	2	3	1	2	2	4	5	4	3	4

280	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	1	4	2	5	3	4	2	4	2	4	2	4	3	2
281	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	3	2	4	2	2	4	4	3	4	4
282	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	5	2	4	3	3	4	2	3	3	2	4	1	3	3	4	2	4	3	2	4
283	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	2	3	4	2	4	2	2	4	2	1	4	4	5	4	3
284	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	4	3	4	2	4	2	3	2	3	4
285	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	1	2	1	4	2	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
286	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	2	4	4	3	2	1	4	2	2	4	3	4	4	5
287	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	1	3	4	4	2	3	4	4	2	3	3	3	5	4	2
288	5	5	5	5	5	4	1	1	1	1	3	4	4	3	4	2	3	1	3	4	2	1	3	2	2	4	3	4	5	2
289	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	3	4	2	1	3	5	3	1	2	1	2	1	4	5	3	4	3
290	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	2	4	4	2	2	3	1	2	4	4	5	4	4
291	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2	4	3	4	3	5	2	4	3	3	4	5	2	3	2	4	3	4	3
292	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	2	4	3	3	4	1	2	4	2	2	4	5	4	4	3
293	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	2	4	3	5	3	2	3	1	2	2	4	3	5	4	4
294	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
295	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	5	4	2	4	3	3	4	3	2	2	3	2
296	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	2	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	4	3	4	5
297	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	2	1	4	5	2	1	2	1	2	1	4	5	3	4	3
298	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	2	4	3	3	1	3	2	2	3	5	4	4	2	4
299	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	2	2	1	3	2	4	4	5	4	4
300	2	4	3	2	4	3	2	2	2	2	5	4	2	4	3	1	4	3	2	2	3	2	4	4	2	4	3	3	4	3
301	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
302	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	2	3	1	2	2	4	3	5	4	4
303	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	1	3	1	2	4	3	5	4	2
304	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	2	4	2	4	3	1	2	2	3	4	3	4	4	2
305	3	4	2	3	4	2	2	2	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	4	2	4	2	3	4	3	4	2	1

306	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	4	5	3	4	3
307	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	3	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
308	2	2	4	2	2	4	5	5	5	5	3	3	2	4	2	3	2	4	3	2	3	3	2	5	4	3	2	2	4	3
309	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	3	3	2	4	2	1	2	2	3	4	5	4	4	3
310	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	5	2	1	2	1	2	1	4	3	5	4	5
311	5	4	3	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	1	2	1	2	2	4	2	1	3	4	5	4	4
312	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	2	1	2	2	3	4	3	4	4	5
313	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	4	5	3	4
314	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	2	4	2	4	2	1	2	3	2	4	5	4	4	3
315	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	3	5	2	1	2	1	2	1	4	3	1	2	5
316	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	2	4	3	5	1	3	2	2	1	5	3	4	4	3
317	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	2	1	3	1	2	3	4	4	3	2
318	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	3	4	1	5
319	5	4	5	5	5	4	1	4	3	5	5	3	4	3	5	2	1	4	5	3	1	2	1	2	1	4	3	5	2	5
320	4	5	3	4	4	5	3	4	3	5	4	3	5	4	5	1	2	5	3	1	2	1	3	1	2	5	3	4	3	5
321	4	3	5	4	4	5	3	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	2	1	4	2	2	4	5	3	4	4
322	4	3	5	4	4	3	2	4	4	3	4	3	5	4	4	5	3	4	2	5	3	1	2	2	3	5	3	4	4	5
323	5	4	5	5	5	4	1	4	3	5	5	3	4	3	5	3	1	4	5	3	1	2	1	2	1	4	5	3	1	3
324	4	5	3	4	4	5	2	4	1	4	4	3	5	3	4	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	3	1	2	5
325	4	5	3	4	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	4	2	4	3	5	3	1	2	2	3	1	4	3	5	4	4
326	4	5	3	4	4	3	2	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	2	5	3	2	1	3	2	2	4	3	5	4	4
327	4	5	3	4	4	3	2	5	4	4	3	5	4	4	3	4	2	5	3	4	2	3	1	1	2	5	3	4	4	3
328	4	4	5	4	4	4	2	3	5	4	4	4	5	3	4	2	4	3	5	4	3	1	2	2	1	5	3	4	3	5
329	4	5	3	4	4	2	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	1	2	1	2	2	3	5	4	4	3
330	4	3	5	4	4	3	2	4	2	5	4	4	3	4	3	4	2	5	3	4	1	3	2	2	1	4	5	3	4	4
331	5	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	5	3	2	3	4	2	4	3	1	2	2	1	3	4	4	3	5	4

332	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	3	5	2	4	2	1	2	2	3	4	5	3	4	4
333	5	3	4	5	5	4	2	4	4	2	5	3	4	4	3	4	5	3	4	4	2	1	3	2	2	4	5	3	4	4
334	4	3	5	4	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	4	2	4	3	5	3	2	1	3	2	2	5	3	4	4	5
335	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	5	4	4	3	2	4	2	4	1	2	3	2	2	4	4	3	4	5
336	4	4	3	4	4	5	2	4	4	2	4	3	4	4	5	2	4	4	2	4	2	1	2	2	3	4	3	4	4	1
337	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	5	3	4	2	2	4	2	4	2	1	2	3	2	4	4	3	4	3
338	4	4	3	4	4	5	3	4	2	4	4	3	4	4	5	3	2	4	2	4	2	2	4	2	1	4	4	3	4	4
339	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	5	4	4	3	2	4	2	4	2	1	4	2	3	4	4	3	4	3
340	4	3	3	4	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	2	1	4	3	2	4	4	5	4	4
341	4	3	4	4	4	5	2	4	2	3	4	3	4	4	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2	2	4	3	4	4	3
342	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	2	1	2	2	1	5	4	3	4	4
343	4	4	3	4	4	4	5	4	2	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	4	1	2	2	1	2	3	4	3	4	3
344	4	3	2	4	3	5	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	2	3	2	1	2	2	3	4	3	3	4	3
345	3	4	3	3	3	5	2	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	4	1	2	3	2	3	4	4	3	4	4
346	3	4	4	3	4	5	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	2	2	1	3	2	4	3	4	4	3
347	4	3	5	4	4	3	5	4	2	4	4	5	3	4	3	5	3	4	2	5	2	1	3	2	2	4	3	5	4	4
348	4	5	3	4	4	5	2	4	4	5	3	4	5	4	5	2	4	3	5	4	2	2	3	1	2	4	5	4	4	5
349	4	3	5	4	4	3	2	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5	3	4	2	3	1	2	2	1	5	3	4	4	5
350	5	3	4	5	3	4	2	4	3	5	4	3	4	3	5	4	2	4	3	5	2	3	1	2	2	4	3	5	4	4
351	4	3	4	4	3	5	2	4	3	4	3	4	4	5	3	2	4	3	5	3	2	1	3	2	2	4	3	4	4	3
352	4	3	5	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	2	2	4	3	5	3	1	3	2	2	1	4	5	3	4	2
353	3	4	2	3	3	2	4	3	5	4	3	3	4	4	3	5	3	4	2	3	2	4	3	2	3	4	4	2	3	1
354	2	4	3	2	4	2	1	2	3	3	4	3	5	4	2	2	1	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3	3
355	3	3	2	3	3	2	1	3	2	2	3	4	4	2	3	4	5	3	2	3	3	1	2	3	4	4	2	3	2	4
356	4	3	4	4	2	2	1	3	2	4	3	5	4	3	2	4	3	4	3	2	2	4	3	5	3	2	3	4	3	2
357	3	4	2	3	3	4	5	3	4	2	1	3	2	4	3	4	3	5	4	2	3	2	4	4	3	5	3	4	2	1

358	3	4	5	3	2	4	3	3	4	2	4	5	3	3	1	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	5	4	2	3	4
359	2	4	4	2	5	4	4	1	4	5	4	5	2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5
360	5	5	2	5	2	4	5	2	5	1	4	4	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	5	4
361	1	4	4	1	5	2	5	4	4	1	4	5	2	5	4	1	5	4	5	4	2	1	5	4	4	2	1	4	4	5
362	4	5	2	4	4	5	4	2	5	4	1	4	5	4	5	4	4	5	4	2	2	5	4	4	1	5	4	2	5	4
363	5	4	2	5	4	5	5	2	5	4	5	4	2	4	5	4	5	5	4	2	5	2	5	5	4	2	5	2	4	4
364	2	5	4	2	5	4	4	1	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	1	4	5	4	4	5	1	4	4	5	5
365	2	4	2	2	1	4	5	2	4	1	2	4	1	4	5	1	5	4	4	2	2	2	4	5	1	2	5	1	4	5
366	2	4	2	2	5	1	5	4	4	2	2	5	5	4	4	2	5	4	4	1	2	5	4	2	1	2	2	1	4	5
367	2	4	2	2	1	1	5	1	4	5	2	4	1	4	5	1	4	5	4	2	2	2	5	4	1	1	5	2	4	4
368	2	5	5	2	1	4	5	2	4	1	1	4	2	4	4	1	4	4	5	2	2	2	4	5	5	2	2	1	4	5
369	2	5	2	2	1	1	4	5	5	2	2	4	5	5	4	1	4	4	5	2	1	4	5	4	2	2	2	1	4	4
370	2	4	5	2	1	1	5	2	4	1	2	4	2	4	4	1	4	5	4	2	2	2	4	5	1	5	1	2	4	5
371	2	5	1	2	5	1	4	2	5	4	2	4	1	5	5	1	4	5	4	2	2	1	4	1	2	4	5	2	5	4
372	1	4	5	1	2	2	5	4	5	2	2	4	4	4	5	2	5	4	5	2	1	2	5	2	1	5	4	1	4	5
373	2	5	1	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	5	4	1	4	5	4	1	2	1	4	1	2	4	1	2	5	4
374	2	5	1	2	5	5	4	1	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	1	2	5	2	1	2	5	2	5	4
375	5	4	1	5	4	4	5	1	4	5	5	4	2	4	5	2	5	4	5	2	1	2	5	2	1	5	2	1	4	5
376	4	5	2	4	4	5	4	1	4	5	4	5	4	4	4	1	4	5	4	1	2	1	4	1	2	5	2	1	5	4
377	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	5	2	2	1	4	2	2	2	1	2	4	5
378	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	5	2	1	2	4	2	1	2	2	1	5	4
379	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	2	4	4	5	4	2	2	4	1	2	2	4	2	4	5
380	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	5	4	4	2	1	5	2	2	2	4	2	5	4
381	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	2	2	2	4	1	2	2	4	2	5	4
382	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	4	5	4	2	2	1	4	2	2	2	4	2	4	4
383	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4	5	2	2	1	4	2	2	2	1	2	4	4

384	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4	5	2	2	1	4	2	2	2	1	2	4	4	2	4	4
385	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
386	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
387	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
388	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
389	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
390	2	3	5	3	3	5	4	5	5	5	3	2	3	3	5	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	5
391	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	3	2	3	3	5	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	5
392	2	3	5	3	3	5	4	5	5	5	3	2	3	3	5	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	5
393	4	4	4	2	3	2	4	4	3	5	4	4	3	2	4	2	4	2	1	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3
394	4	3	5	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	2	3	2	1	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3
395	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
396	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
397	4	3	5	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	2	3	2	1	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3
398	4	3	5	4	4	3	5	4	2	4	4	5	3	4	3	5	3	4	2	5	2	1	3	2	2	4	3	5	4	4
399	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	5	2	1	2	1	2	1	4	3	5	4	5
400	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	1	2	5	4	1	2	1	3	1	2	5	3	4	1	5

BIODATA PENELITIAN**Lampiran 4**

Nama : Amiruddin
Tempat, Tanggal Lahir : Pontianak, 01 Februari 1997
Alamat : Ds. Antibar, Kec. Mempawah Timur, Kab. Mempawah
NIM/Program Studi : 230504210013/ Magister Ekonomi Syariah
Afiliasi : UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang
Email : amiami4318@gmail.com
Riwayat Pendidikan : TMI AL_AMIEN PRENDUAN, UNIA PRENDUAN