

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT,
LINGKUNGAN SOSIAL, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MEMBAYAR
ZAKAT PERDAGANGAN: PERAN MODERASI
KEMUDAHAN LAYANAN LEMBAGA ZAKAT PADA PASAR
TRADISIONAL LARANGAN SIDOARJO**

TESIS



Oleh :

Muhammad Nur Alim

240504210018

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2026

TESIS

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN: PERAN MODERASI KEMUDAHAN LAYANAN LEMBAGA ZAKAT PADA PASAR TRADISIONAL LARANGAN SIDOARJO

Dosen Pembimbing:

- | | |
|---|-------------------------|
| 1. Prof. Dr. H. Siswanto, S.E., M.Si. | NIP. 197509062006041001 |
| 2. Dr. Hj. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA | NIP. 197707022006042001 |



Oleh :

Muhammad Nur Alim (240504210018)

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2026

PERSETUJUAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul :

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN: PERAN MODERASI KEMUDAHAN LAYANAN LEMBAGA ZAKAT PADA PASAR TRADISIONAL LARANGAN SIDOARJO

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si

NIP. 197509062006041001

Pembimbing II,



Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

NIP. 197707022006042001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

NIP. 197511091999031003

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul:

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT, LINGKUNGAN SOSIAL,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM
MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN**

Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Pada Pasar Tradisional Larangan
Sidoarjo

Disusun oleh:

Muhammad Nur Alim

NIM: 240504210018

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada tanggal 23 Mei 2026

Dewan Penguji:

1. **Dr. Indah Yuliana, SE., MM**
NIP. 197409182003122004

(.....)
Penguji Utama

2. **Dr. Muhammad Sulhan, SE., MM.**
NIP. 197406042006041002

(.....)
Ketua Penguji

3. **Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si.**
NIP. 197509062006041001

(.....)
Penguji

4. **Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA.**
NIP. 197707022006042001

(.....)
Sekretaris Penguji



Mengetahui,
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 196508171998031003

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Alim
NIM : 240504210018
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis saya susun untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**“PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT, LINGKUNGAN SOSIAL,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM
MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN: PERAN MODERASI KEMUDAHAN LAYANAN
LEMBAGA ZAKAT PADA PASAR TRADISIONAL LARANGAN SIDOARJO”**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil “duplikasi” karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dicantumkan sumber rujukannya sesuai ketentuan penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari terdapat “klaim” dari pihak lain terkait keaslian karya ini, maka hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya pribadi dan bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing maupun pihak kampus.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Malang, 22 April 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Nur Alim

NIM. 240504210018

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Pedoman ini digunakan untuk menuliskan istilah Arab ke dalam huruf Latin agar penulisan istilah keislaman dalam penelitian ini memiliki bentuk yang konsisten.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	Ša'	š	es dengan titik di atas
ج	Jim	j	je
ح	Ĥa'	ĥ	ha dengan titik di bawah
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	zet dengan titik di atas
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es dengan titik di bawah
ض	Ḍad	ḍ	de dengan titik di bawah
ط	Ṭa'	ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa'	ẓ	zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fa'	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wawu	w	we
هـ	Ha'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya'	y	ye

MOTTO

وَمَنْ لَمْ يَذُقْ مُرَّ التَّعَلُّمِ سَاعَةً
فَكَبَّرَ عَلَيْهِ أَرْبَعًا لَوْفَاتِهِ
تَجَرَّعَ ذُلَّ الْجَهْلِ طُولَ حَيَاتِهِ

Artinya:

Barang siapa tidak pernah merasakan pahitnya belajar walau sesaat, maka ia akan meneguk hinanya kebodohan sepanjang hidupnya.

Barang siapa terlewat dari pendidikan pada masa mudanya, maka takbirkanlah empat kali atas kematiannya.

Surat At-Taubah ayat 122

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنْذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya:

"Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya".

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan Sosial, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pedagang Muslim dalam Membayar Zakat Perdagangan: Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat pada Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo”** dengan baik.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umatnya yang istiqamah mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman. Beliau telah membimbing umat manusia dari zaman jahiliah menuju kehidupan yang penuh dengan nilai keimanan, ilmu pengetahuan, dan akhlak mulia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, arahan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag., M.Si., CAHRM., CRMP**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. **Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.**, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. **Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. **Prof. Dr. H. Siswanto, S.E., M.Si.**, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan tesis ini.
5. **Dr. Hj. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA**, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap profesor, doktor, dan dosen Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengalaman akademik yang sangat berharga selama masa studi.
7. Segenap dosen penguji tesis Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini.
8. Kedua orang tua kandung maupun angkat dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, spiritual, dan material kepada penulis dalam menempuh pendidikan hingga penyusunan tesis ini.
9. Seluruh pengelola dan pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo yang telah memberikan kesempatan, informasi, dan bantuan kepada penulis dalam proses pengumpulan data penelitian.
10. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan semangat, bantuan, dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi, penyajian, maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, lembaga zakat, pengelola pasar, serta pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap pengembangan ekonomi syariah, khususnya dalam kajian zakat perdagangan.

Akhirnya, semoga segala bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Amin ya Rabbal ‘alamin.

Malang, 22 April 2026

Penulis,

Muhammad Nur Alim

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan pertolongan-Nya, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua kandung dan angkat saya tercinta, yang dengan doa, kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanannya selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih atas cinta yang tidak pernah putus, nasihat yang selalu menguatkan, serta doa yang senantiasa mengiringi perjalanan saya hingga sampai pada tahap ini.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian dalam proses penyelesaian studi ini. Kehadiran dan doa kalian menjadi bagian penting dari perjalanan panjang yang saya lalui.
3. Para dosen, guru, dan pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, dan keteladanan. Semoga setiap ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah dan membawa keberkahan.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah menemani proses belajar, berbagi semangat, serta memberikan dukungan dalam suka maupun duka selama masa studi.
5. Karya ini juga saya persembahkan untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas kesabaran, perjuangan, dan keteguhan dalam menyelesaikan amanah akademik ini. Semoga karya ini menjadi langkah kecil yang membawa manfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya dalam kajian zakat perdagangan.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
LEMBAR PER NYATAAN ORISINALITAS TESIS	iiiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
المخلص	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan	19
D. Manfaat Penelitian	19
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	20
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Penelitian Terdahulu	21

B. Landasan Teori.....	29
1. Teori <i>Value–Belief–Norm</i> (VBN).....	29
2. Religiusitas	31
3. Pengetahuan.....	38
4. Lingkungan Sosial.....	43
5. Kepercayaan	49
6. <i>Decision-Making Theory</i> (Teori Pengambilan Keputusan).....	54
7. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat	59
C. Hubungan Antar Variabel	67
1. Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat	68
2. Hubungan Pengetahuan terhadap Keputusan Membayar Zakat.....	70
3. Hubungan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat ...	72
4. Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Membayar Zakat	74
5. Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat pada Hubungan Variabel Independen terhadap Keputusan Membayar Zakat.....	76
D. Model Hipotesis Penelitian	82
BAB III.....	85
METODE PENELITIAN.....	85
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	85
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	86
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	87
1. Populasi	87
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	89
3. Sampel Penelitian	90

4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	93
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	94
E. Teknik Analisis Data	102
F. Analisis Data	103
1. Pengolahan Data	103
2. Measurement Model (Outer model)	104
3. Structural Model (Inner model)	108
4. Uji Hipotesis	112
5. Pengujian Moderasi	114
BAB IV	119
PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	119
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	137
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>)	143
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	144
BAB V	150
PEMBAHASAN	150
A. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	150
B. Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	152
C. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	155
D. Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	157

E. Efek Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat	160
1. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Tidak Memperkuat Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.....	160
2. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Memperkuat Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan....	167
3. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Tidak Memoderasi Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	169
4. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Memperkuat Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.....	171
BAB VI	174
PENUTUP	174
A. Kesimpulan	174
B. Saran.....	175
C. Implikasi Penelitian.....	177
DAFTAR PUSTAKA	187
Lampiran 1	196

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Distribusi persentase PDRB ADHB (atas harga berlaku).....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Rekapitulasi Penetapan Populasi Responden Penelitian.....	88
Tabel 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	92
Tabel 3. 3 Proporsi Responden Penelitian	92
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel.....	95
Tabel 3. 5 Kategori Penilaian R-square	109
Tabel 3. 6 Kategori Penilaian f-square.....	110
<i>Tabel 4. 1 Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang dan Implikasinya terhadap Zakat Perdagangan.....</i>	<i>121</i>
Tabel 4. 2. Hasil Stastik Deskriptif	129
<i>Tabel 4. 3 Cross loading</i>	<i>139</i>
<i>Tabel 4. 4 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>140</i>
<i>Tabel 4. 5 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	<i>141</i>
<i>Tabel 4. 6 Cross loading Discriminant validity</i>	<i>142</i>
<i>Tabel 4. 7 Hasil Uji R Square</i>	<i>143</i>
<i>Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis Penelitian</i>	<i>146</i>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Realisasi Penerimaan Zakat di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Triwulanan Menurut Kabupaten/Kota Atas Dasar Harga Berlaku Provinsi Jawa Timur 2025	6
Gambar 2. 1 Model Hipotesis Penelitian	83
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	124
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	125
Gambar 4. 3 Pendidikan Responden	126
Gambar 4. 4 Jenis Dagangan.....	127
Gambar 4. 5 Omzet Responden	128
Gambar 4. 6 Gambar Crossloading.....	138
Gambar 4. 7 Graphical Output Uji Hipotesis.....	145

ABSTRAK

Alim, Muhammad Nur. 2026. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan Sosial, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pedagang Muslim dalam Membayar Zakat Perdagangan: Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat pada Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo*. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. Siswanto, S.E., M.Si., (II) Dr. Hj. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA.

Kata Kunci: religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan, kemudahan layanan, keputusan membayar zakat perdagangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan, serta menganalisis peran moderasi kemudahan layanan lembaga zakat pada pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya realisasi penghimpunan zakat dibandingkan potensi zakat nasional di sektor perdagangan. Ekosistem sosial-ekonomi pasar tradisional memiliki keunikan tersendiri, seperti perputaran kas harian yang cepat, tidak adanya pembukuan formal, dan dominasi transaksi tunai. Karakteristik khusus ini menjadi alasan krusial mengapa variabel kemudahan layanan diperkirakan menjadi penentu utama dalam mengonversi intensi menjadi keputusan aktual membayar zakat perdagangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang menetapkan jumlah sampel definitif sebanyak $n = 217$ Pedagang. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini menggunakan *Value Belief Norm Theory* dan *Decision Making Theory* sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan keputusan pedagang dalam membayar zakat perdagangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Namun, pengujian variabel moderasi menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat tidak mampu memoderasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Hal ini disebabkan oleh kuatnya motivasi religiusitas intrinsik pedagang tradisional, di mana kewajiban berzakat dipandang sebagai kepatuhan transendental mutlak, sehingga ada atau tidak adanya kemudahan layanan dari lembaga resmi tidak memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menunaikan zakat melalui saluran alternatif.

ABSTRACT

Alim, Muhammad Nur. 2026. *The Influence of Religiosity, Zakat Knowledge, Social Environment, and Trust on Muslim Traders' Decisions to Pay Trade Zakat: The Moderating Role of Ease of Service of Zakat Institutions at Larangan Traditional Market, Sidoarjo*. Thesis, Master's Program in Islamic Economics, Postgraduate School, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisors: (I) Prof. Dr. H. Siswanto, S.E., M.Si., (II) Dr. Hj. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA.

Keywords: religiosity, zakat knowledge, social environment, trust, ease of service, decision to pay trade zakat.

This study aims to analyze the influence of religiosity, zakat knowledge, social environment, and trust on Muslim traders' decisions to pay trade zakat, as well as to analyze the moderating role of the convenience of zakat institution services among traders in the Larangan Traditional Market, Sidoarjo. This research is motivated by the low realization of zakat collection compared to the national zakat potential in the trade sector. The socio-economic ecosystem of traditional markets possesses unique characteristics, such as rapid daily cash turnover, the absence of formal bookkeeping, and the dominance of cash transactions. These specific characteristics serve as a crucial reason why the service convenience variable is predicted to be a key determinant in converting intentions into actual decisions to pay trade zakat.

This study adopts a quantitative approach with an explanatory research design. The research population consists of Muslim traders in the Larangan Traditional Market, Sidoarjo, utilizing a purposive sampling technique that establishes a definitive sample size of $n = 217$ Traders. Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS). This study employs the Value Belief Norm Theory and Decision Making Theory as the theoretical foundations to explain traders' decisions in paying trade zakat.

The results of the study indicate that religiosity, zakat knowledge, social environment, and trust have a positive and significant effect on traders' decisions to pay trade zakat. However, the moderation analysis reveals that the convenience of zakat institution services fails to moderate the influence of religiosity on the decision to pay trade zakat. This is due to the strong intrinsic religiosity of traditional traders, who view the obligation of zakat as absolute transcendental obedience; thus, the presence or absence of convenience from official institutions does not alter their commitment to fulfilling zakat through alternative channels.

الملخص

عالم، محمد نور. ٢٠٢٦. تأثير التدين، ومعرفة الزكاة، والبيئة الاجتماعية، والثقة على قرار التجار المسلمين في دفع زكاة التجارة: الدور التعديلي لسهولة خدمات مؤسسات الزكاة في سوق لارانجان التقليدي بسيدوارجو. رسالة ماجستير، برنامج الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرفان: (الأول) الأستاذ الدكتور الحاج سيسوانتو، الماجستير، (الثاني) الدكتورة الحاجة ميلدونا، الماجستير، المحاسبة القانونية.

الكلمات المفتاحية: التدين، معرفة الزكاة، البيئة الاجتماعية، الثقة، سهولة الخدمة، قرار دفع زكاة التجارة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر التدين، والمعرفة بالزكاة، والبيئة الاجتماعية، والثقة على قرار التجار المسلمين في دفع زكاة التجارة، بالإضافة إلى تحليل الدور المعدل لسهولة خدمات مؤسسات الزكاة لدى تجار سوق "الارانجان" التقليدي في سيدوارجو. ينطلق هذا البحث من تدني نسبة تحصيل الزكاة مقارنة بالقدرة الوطنية الكامنة للزكاة في قطاع التجارة. ويتميز النظام البيئي الاجتماعي والاقتصادي للأسواق التقليدية بخصائص فريدة، مثل سرعة دوران النقد اليومي، وغياب الدفاتر المحاسبية الرسمية، وهجمة المعاملات النقدية. وتعد هذه الخصائص المحددة سبباً حاسماً في توقع أن يكون متغير سهولة الخدمة محدداً رئيسياً في تحويل النوايا إلى قرارات فعلية لدفع زكاة التجارة.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي مع تصميم البحث التفسيري. ومجتمع البحث هو التجار المسلمون في سوق "الارانجان" التقليدي بسيدوارجو، وتمت الاستعانة بأسلوب العينة القصدية لتحديد حجم عينة حاسم يبلغ $n=217$ تاجراً. جمعت بيانات البحث من خلال توزيع الاستبيانات على المستجيبين، وحُللت باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بالمرعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS) وتستخدم هذه الدراسة نظرية معيار قيمة المعتقد ونظرية اتخاذ القرار كأساس نظري لتفسير قرارات التجار في دفع زكاة التجارة.

أظهرت نتائج الدراسة أن التدين، والمعرفة بالزكاة، والبيئة الاجتماعية، والثقة لها أثر إيجابي ومعنوي على قرار التجار في دفع زكاة التجارة. ومع ذلك، أظهر اختبار المتغير المعدل أن سهولة خدمات مؤسسات الزكاة لم تكن قادرة على تعديل أثر التدين على قرار دفع زكاة التجارة. ويعزى ذلك إلى قوة دافع التدين الذاتي لدى التجار التقليديين، حيث يُنظر إلى وجوب الزكاة كطاعة تعبدية مطلقة، ومن ثم فإن وجود أو غياب التسهيلات من المؤسسات الرسمية لا يؤثر على قرارهم في الاستمرار بأداء الزكاة عبر قنوات بديلة.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat dalam perspektif ekonomi Islam tidak sekadar ritual individual, melainkan instrumen distribusi yang secara normatif diarahkan untuk memperkuat keadilan sosial dan kesejahteraan melalui mekanisme transfer kekayaan dari kelompok mampu kepada pihak yang berhak (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011). Dalam kerangka negara hukum, pengelolaan zakat juga diposisikan sebagai pranata yang harus dikelola secara melembaga, amanah, terintegrasi, dan akuntabel agar daya guna serta hasil gunanya meningkat bagi masyarakat luas (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011). Orientasi ini penting karena zakat, ketika dikelola dengan tata kelola yang kuat, dapat bergerak dari sekadar pemenuhan kewajiban menuju instrumen kebijakan sosial yang berkontribusi pada agenda penanggulangan kemiskinan dan pembangunan kesejahteraan.

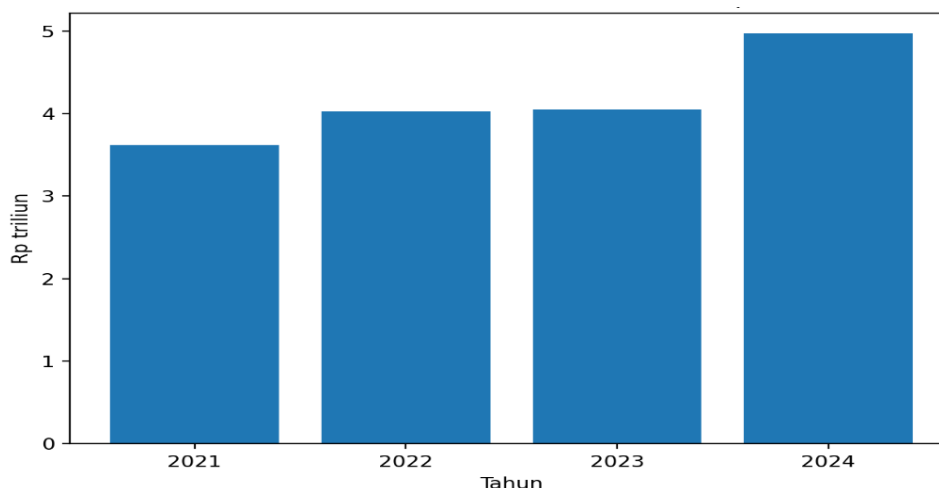
Sejalan dengan mandat tersebut, tata kelola zakat di Indonesia berkembang melalui penguatan kelembagaan dan pelaporan yang semakin sistematis, termasuk koordinasi BAZNAS dan jejaring pengelola zakat pada level provinsi hingga kabupaten/kota (BAZNAS, 2024). Laporan resmi pengelolaan zakat nasional juga menekankan bahwa akuntabilitas dan transparansi bukan hanya kebutuhan administratif, tetapi prasyarat untuk meningkatkan literasi dan menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat (BAZNAS, 2024). Dalam praktiknya, kepercayaan publik menjadi faktor penentu karena keputusan

membayar zakat sangat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat mengenai kredibilitas, integritas, serta kualitas layanan lembaga zakat.

Dari sisi capaian agregat, pengelolaan zakat nasional menunjukkan skala penghimpunan dan penyaluran yang besar, yang sekaligus menggambarkan besarnya ruang kebijakan berbasis ZIS untuk memperkuat perlindungan sosial. Dalam periode Januari sampai Desember 2024, pengumpulan nasional (termasuk *off balance sheet*) tercatat Rp40,509 triliun dan penyaluran Rp39,508 triliun (BAZNAS, 2024). Angka ini mengindikasikan bahwa aktivitas filantropi Islam telah menjadi arus dana yang nyata dalam perekonomian, walaupun efektivitasnya masih perlu dibaca bersama isu pemerataan, kepatuhan muzaki, dan kapasitas lembaga dalam menjangkau kelompok sasaran. Persoalan kunci bukan hanya bagaimana meningkatkan nominal penghimpunan, tetapi juga bagaimana memperluas basis muzaki secara berkelanjutan, terutama pada kelompok pelaku usaha yang potensinya besar namun kepatuhannya tidak selalu stabil.

Secara nasional, penghimpunan zakat menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pada Januari–Desember 2024, pengumpulan zakat nasional mencapai Rp40,509 triliun dengan penyaluran sebesar Rp39,508 triliun (BAZNAS, 2024). Meski demikian, capaian tersebut masih jauh dibandingkan potensi zakat nasional yang diperkirakan mencapai Rp327,6 triliun per tahun (BAZNAS, 2019; Puskas BAZNAS, 2020). Kesenjangan antara potensi dan realisasi ini menunjukkan bahwa kepatuhan muzaki serta optimalisasi penghimpunan zakat masih menjadi tantangan utama. Padahal, peningkatan penghimpunan zakat memiliki dampak langsung terhadap penguatan program pengentasan kemiskinan dan kesejahteraan mustahik (Puskas BAZNAS, 2024).

Gambar 1. 1 Realisasi Penerimaan Zakat di Indonesia



Berdasarkan pola pada Gambar 1, realisasi zakat cenderung bergerak naik, tetapi secara proporsi masih berada pada kisaran yang kecil dibandingkan potensi, sehingga memperlihatkan bahwa masalah utama bukan tidak adanya dana, melainkan belum optimalnya konversi potensi menjadi kepatuhan aktual (BAZNAS, 2019; Puskas BAZNAS, 2020). Dalam konteks perilaku ekonomi, kesenjangan ini sering kali berkaitan dengan faktor pengetahuan dan literasi zakat, norma sosial di lingkungan, serta kepercayaan terhadap lembaga amil. Di sisi lain, peningkatan akuntabilitas pelaporan yang terus didorong BAZNAS juga dapat dipahami sebagai strategi kelembagaan untuk menutup celah tersebut melalui penguatan trust dan transparansi (BAZNAS, 2024). Oleh karena itu, penelitian yang menelusuri faktor penentu keputusan muzaki, khususnya pada segmen pelaku usaha, menjadi relevan karena segmen ini berada di titik temu antara potensi ekonomi dan kewajiban syariah.

Keterkaitan antara potensi zakat dan struktur ekonomi daerah menjadi semakin penting ketika penelitian diarahkan pada zakat perdagangan. Zakat perdagangan secara konseptual melekat pada aktivitas niaga yang menghasilkan keuntungan dan akumulasi aset dagang, sehingga perilaku kepatuhan pelaku usaha

berpotensi berkontribusi besar bagi penghimpunan zakat. Dalam konteks Kabupaten Sidoarjo, dinamika ekonomi lokal yang ditopang oleh sektor-sektor produktif menciptakan basis aktivitas usaha yang luas, termasuk jaringan perdagangan dan pasar rakyat yang menjadi ruang ekonomi utama masyarakat. Di titik ini, zakat perdagangan bukan hanya isu kepatuhan individu, melainkan juga isu kelembagaan, kemudahan layanan zakat, dan ekologi sosial pasar sebagai lingkungan perilaku ekonomi.

Dari sudut pandang makro, struktur PDRB Sidoarjo memperlihatkan fondasi ekonomi yang kuat dan relevan dengan penelitian zakat perdagangan. Data PDRB ADHB menunjukkan bahwa perekonomian Sidoarjo didominasi industri pengolahan sekitar 48,57 persen, diikuti sektor perdagangan besar dan eceran serta reparasi mobil dan sepeda motor sekitar 15,98 persen, serta transportasi dan pergudangan sekitar 13,81 persen (BPS Kabupaten Sidoarjo, 2025). Komposisi ini penting karena menempatkan perdagangan sebagai salah satu kontributor terbesar, sehingga aktivitas niaga yang dilakukan pelaku usaha, termasuk pedagang pasar rakyat, merupakan bagian yang signifikan dari denyut ekonomi daerah. Dalam konteks zakat, besarnya peran perdagangan dapat dibaca sebagai sinyal adanya basis muzaki potensial yang luas, meskipun realisasi kepatuhan zakat tidak otomatis mengikuti besarnya aktivitas ekonomi.

Tabel 1. 1 Distribusi persentase PDRB ADHB (atas harga berlaku)**Kabupaten Sidoarjo tahun 2025**

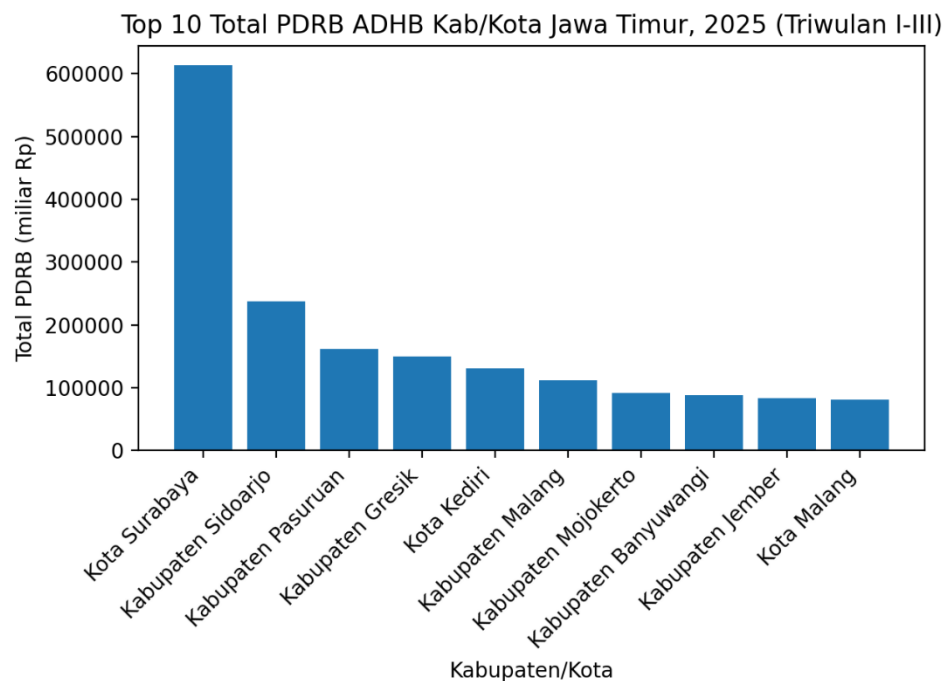
Kode	Lapangan usaha	Distribusi (%)	(miliar Rp)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1,78	5.284,59
B	Pertambangan dan Penggalian	0,02	59,38
C	Industri Pengolahan	48,57	144.198,07
D	Pengadaan Listrik dan Gas	0,99	2.939,18
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	0,05	148,44
F	Konstruksi	6,8	20.188,32
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	15,98	47.442,56
H	Transportasi dan Pergudangan	13,81	41.000,11
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3,6	10.687,94
J	Informasi dan Komunikasi	3,25	9.648,83
Total		100	296.887,11

Sumber : Diolah Peneliti dari BPS Kabupaten Sidoarjo (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1, dominasi industri pengolahan tampak sangat kuat, tetapi sektor perdagangan tetap menempati porsi besar dibanding banyak sektor lain, sehingga wajar bila perdagangan dipandang sebagai pintu masuk penting untuk penguatan zakat berbasis usaha (BPS Kabupaten Sidoarjo, 2025). Secara konseptual, pedagang pasar rakyat berada pada simpul ekonomi yang unik, karena mereka menjalankan aktivitas usaha dengan arus kas harian, relasi sosial yang intens, serta tingkat heterogenitas pengetahuan dan praktik keagamaan. Kondisi ini membuat keputusan membayar zakat perdagangan cenderung dipengaruhi campuran faktor internal (nilai, pengetahuan, keyakinan) dan faktor eksternal (tekanan norma lingkungan, kemudahan layanan zakat, kualitas interaksi dengan lembaga). Oleh sebab itu, penelitian yang memfokuskan pada pedagang pasar rakyat berpotensi memberi gambaran yang lebih realistis tentang mekanisme kepatuhan zakat dalam kehidupan ekonomi sehari-hari.

Selain struktur internal daerah, posisi Sidoarjo dalam konstelasi ekonomi Jawa Timur juga memperkuat argumen signifikansi lokus penelitian. Sidoarjo berada dalam kelompok kabupaten/kota dengan kapasitas ekonomi besar, dan keterhubungannya dengan pusat-pusat pertumbuhan di sekitarnya membuat aktivitas perdagangan, distribusi, dan jasa bergerak sangat dinamis. Dinamika ini secara teoritis memperluas peluang akumulasi aset dagang dan keuntungan usaha, yang menjadi basis kewajiban zakat perdagangan. Karena itu, ketika kepatuhan zakat perdagangan di wilayah dengan aktivitas ekonomi tinggi belum optimal, problemnya tidak bisa disederhanakan sebagai ketiadaan kemampuan ekonomi, melainkan lebih tepat dibaca sebagai isu perilaku, kelembagaan, dan desain kemudahan layanan zakat.

**Gambar 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Triwulanan
Menurut Kabupaten/Kota Atas Dasar Harga Berlaku Provinsi Jawa Timur
2025**



Gambar 1.2 menegaskan bahwa Sidoarjo termasuk wilayah dengan skala ekonomi besar di tingkat provinsi, sehingga secara logis basis pelaku usaha dan pedagang yang berpotensi menjadi muzaki juga besar (BPS Jawa Timur). Dalam kerangka penelitian zakat, kondisi ini memperkuat urgensi untuk memahami mengapa potensi muzaki pada sektor perdagangan tidak selalu sejalan dengan kepatuhan membayar zakat perdagangan, terutama pada segmen pedagang pasar rakyat. Dengan kata lain, penelitian di Sidoarjo relevan bukan hanya karena ada masalah kepatuhan, tetapi karena konteks ekonominya memungkinkan ditemukannya gap yang lebih jelas antara kemampuan ekonomi dan perilaku pembayaran zakat, sehingga analisis faktor penentu menjadi lebih bermakna.

Religiusitas merupakan salah satu faktor nilai, sosial, dan kelembagaan yang berperan fundamental dalam membentuk perilaku pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan. Tingkat keimanan dan ketaatan beragama akan memengaruhi kesadaran bahwa zakat adalah kewajiban syariat sekaligus sarana membersihkan harta serta mendatangkan keberkahan usaha. Hafidhuddin (2002) menegaskan bahwa semakin tinggi religiusitas seorang Muslim, semakin kuat pula komitmennya dalam melaksanakan kewajiban zakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Beik dan Arsyianti (2016) yang menyatakan bahwa zakat bukan sekadar kewajiban individual, tetapi juga instrumen spiritual yang menopang pembangunan sosial ekonomi. Penelitian kontemporer memperkuat temuan ini, di mana religiusitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat, baik zakat profesi, penghasilan, maupun perdagangan (Hariyanto et al., 2025a; Nikmah & Fahrullah, 2024). Bahkan, religiusitas juga mendorong keyakinan bahwa zakat tidak akan mengurangi harta, melainkan menjadi jalan

penyucian jiwa dan penambahan keberkahan dalam usaha (Sulthan & Fahrullah, 2025). Religiusitas dapat dipandang sebagai variabel kunci yang menjelaskan minat pedagang pasar tradisional dalam menunaikan zakat perdagangan.

Pengetahuan atau literasi zakat merupakan aspek penting yang menentukan kepatuhan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan. Pemahaman yang memadai mengenai ketentuan zakat, seperti nisab, haul, serta mekanisme distribusinya kepada delapan golongan mustahik, akan menumbuhkan kesadaran bahwa zakat tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga instrumen sosial ekonomi yang dapat memperkuat kesejahteraan umat. Hafidhuddin (2011) menekankan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat terhadap hukum zakat sering kali menjadi penghalang utama dalam pelaksanaannya. Sejalan dengan itu, Beik dan Arsyianti (2016) menempatkan zakat sebagai instrumen pembangunan ekonomi syariah yang hanya dapat optimal bila masyarakat memahami ketentuan dan tujuan zakat secara benar. Penelitian kontemporer juga mengonfirmasi bahwa literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan muzaki; semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin besar kecenderungan untuk menunaikan zakat, termasuk pada kalangan pedagang pasar tradisional (Nikmah & Fahrullah, 2024; Sulthan & Fahrullah, 2025). Peningkatan edukasi zakat melalui sosialisasi dan literasi menjadi kebutuhan mendesak dalam rangka mengoptimalkan potensi zakat perdagangan di Indonesia.

Lingkungan sosial memiliki peran yang tidak kalah penting dalam memengaruhi perilaku pedagang pasar tradisional dalam membayar zakat perdagangan. Keluarga, komunitas sekitar, maupun jaringan sesama pedagang sering menjadi faktor pendorong yang membentuk budaya kepatuhan berzakat.

Hafidhuddin dan Juwaini (2006) menekankan bahwa zakat akan lebih efektif apabila pelaksanaannya ditopang oleh ekosistem sosial yang sehat, di mana individu saling mengingatkan dan meneladani. Beik dan Arsyianti (2016) juga melihat zakat sebagai mekanisme sosial yang keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh interaksi antar anggota masyarakat. Penelitian terkini turut menunjukkan bahwa norma sosial, dukungan komunitas, serta keteladanan tokoh masyarakat dapat meningkatkan motivasi muzaki untuk menunaikan zakat secara konsisten (Hariyanto et al., 2025a; Syaifuddin & Khalil, 2024). Lingkungan sosial yang kondusif bukan hanya berfungsi sebagai latar belakang, tetapi juga sebagai motor penggerak yang memperkuat kesadaran kolektif dalam menunaikan zakat perdagangan.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan. Tingginya tingkat kepercayaan muzaki biasanya terkait dengan transparansi, akuntabilitas, serta profesionalisme lembaga pengelola zakat dalam menghimpun dan menyalurkan dana. Menurut Hafidhuddin (2011), keberhasilan pengelolaan zakat tidak hanya ditentukan oleh kesadaran individu, tetapi juga oleh keyakinan masyarakat bahwa dana zakat dikelola secara amanah. Syaifuddin dan Khalil (2024) menemukan bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan dana zakat menjadi variabel kunci dalam meningkatkan partisipasi muzaki. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hariyanto et al. (2025) yang menegaskan bahwa reputasi lembaga zakat, religiusitas, dan rasa percaya mampu meningkatkan kesediaan individu untuk menunaikan zakat melalui jalur resmi. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan rasa percaya publik, karena

memudahkan informasi mengenai penghimpunan dan distribusi dana (Ridwan et al., 2024). Kepercayaan terhadap lembaga zakat dapat dipandang sebagai fondasi penting dalam membangun kepatuhan pedagang pasar tradisional untuk menunaikan zakat perdagangan.

Di antara berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pedagang dalam membayar zakat perdagangan, kemudahan layanan lembaga zakat menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan. Religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat memang dapat mendorong pedagang untuk memiliki kesadaran dan kemauan membayar zakat. Namun dalam praktiknya, kesadaran tersebut belum tentu langsung berubah menjadi tindakan apabila pedagang masih menghadapi hambatan dalam mengakses layanan zakat. Pedagang yang sibuk dengan aktivitas jual beli harian, memiliki waktu terbatas, dan tidak selalu memiliki pencatatan usaha yang rapi membutuhkan layanan zakat yang sederhana, dekat, mudah dipahami, dan tidak menyulitkan. Karena itu, kemudahan layanan lembaga zakat menjadi penting untuk melihat apakah dorongan dari faktor-faktor tersebut benar-benar dapat diwujudkan dalam keputusan membayar zakat perdagangan.

Kemudahan layanan dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai dekatnya lokasi lembaga zakat, tetapi juga mencakup kejelasan informasi, kemudahan prosedur, ketersediaan petugas atau pihak yang dapat diajak berkonsultasi, pilihan kanal pembayaran, serta adanya bukti pembayaran yang jelas. Hal ini sejalan dengan pandangan Penchansky dan Thomas (1981) yang menjelaskan bahwa akses layanan berkaitan dengan kesesuaian antara kebutuhan masyarakat dan sistem layanan yang tersedia. Akses tidak hanya menyangkut

ketersediaan layanan, tetapi juga keterjangkauan, kesesuaian prosedur, penerimaan pengguna terhadap layanan, serta beban biaya maupun waktu yang harus dikeluarkan. Dalam konteks pedagang pasar tradisional, layanan zakat yang mudah dijangkau dan mudah digunakan dapat mengurangi keraguan serta hambatan praktis dalam membayar zakat perdagangan.

Kemudahan layanan lembaga zakat dapat berperan sebagai penguat hubungan antara religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat. Pedagang yang memiliki kesadaran agama tinggi akan lebih mudah menunaikan zakat apabila tersedia layanan yang jelas dan mudah diakses. Pedagang yang memahami ketentuan zakat juga akan lebih terbantu apabila lembaga zakat menyediakan informasi dan konsultasi perhitungan zakat perdagangan. Demikian pula, dorongan dari keluarga, sesama pedagang, atau tokoh agama akan lebih efektif apabila tersedia saluran pembayaran zakat yang praktis. Kepercayaan terhadap lembaga zakat juga akan lebih mudah berubah menjadi tindakan apabila lembaga tersebut mampu memberikan pelayanan yang transparan, ramah, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan pentingnya aspek kemudahan layanan dalam pembayaran zakat. Annahl et al. (2021) menempatkan kemudahan penggunaan layanan sebagai salah satu faktor yang menjelaskan alasan muzaki membayar zakat melalui institusi zakat. Kasri dan Sosianti (2023) juga menunjukkan bahwa kondisi yang memudahkan, kepercayaan terhadap lembaga zakat, pengaruh sosial, literasi zakat, dan religiusitas berperan dalam mendorong pembayaran zakat melalui kanal online. Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini menempatkan kemudahan layanan lembaga zakat sebagai variabel moderasi,

karena keberadaannya dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor-faktor utama terhadap keputusan pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo dalam membayar zakat perdagangan.

Berbagai penelitian terdahulu telah berupaya menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kepatuhan berzakat, baik dari aspek ekonomi maupun non ekonomi. Huda et al. (2014) menemukan bahwa tingkat religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat profesi, menunjukkan bahwa pemahaman syariat dan keyakinan spiritual berperan penting dalam membentuk keputusan zakat. Saad dan Haniffa (2014) menegaskan bahwa keputusan individu dalam membayar zakat tidak hanya ditentukan oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh faktor nilai, keyakinan, dan dorongan sosial yang membentuk kerangka berpikir rasional seseorang dalam mengambil keputusan. Penelitian lain oleh Rahman dan Saad (2019) menekankan bahwa norma sosial dan pengaruh lingkungan sekitar memiliki peran kuat dalam mendorong keputusan berzakat karena individu cenderung menyesuaikan diri dengan nilai dan keteladanan sosial di sekitarnya. Sementara itu, Wahid et al. (2020) menyoroti pentingnya kepercayaan terhadap lembaga zakat sebagai faktor penentu partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat, karena tingkat kepercayaan yang tinggi memperkuat keyakinan bahwa zakat dikelola secara amanah dan tepat sasaran. Berdasarkan uraian variabel variabel tersebut, diperlukan kerangka teori yang mampu menjelaskan bagaimana pedagang pasar tradisional mengambil keputusan secara rasional dalam menunaikan zakat perdagangan

Meskipun berbagai penelitian telah membahas perilaku zakat, sebagian besar masih berfokus pada minat (intention) untuk membayar zakat, bukan pada

keputusan aktual (*real behavior*) dalam pelaksanaannya. Selain itu, mayoritas penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti sektor zakat profesi atau penghasilan tetap, sedangkan kajian mengenai zakat perdagangan di kalangan pedagang tradisional masih relatif terbatas. Penelitian terdahulu juga jarang mempertimbangkan kemudahan layanan lembaga zakat sebagai variabel yang berperan memperkuat (memoderasi) hubungan antara faktor-faktor nilai, sosial, dan kelembagaan dengan keputusan berzakat. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi tinggi untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menitikberatkan pada keputusan aktual pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan, serta mengkaji secara komprehensif peran religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan, dengan kemudahan layanan lembaga zakat sebagai variabel moderasi di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

Penentuan Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo sebagai lokasi penelitian bertumpu pada karakteristik sosial-ekonomi khas yang melekat pada lingkungan pasar rakyat perkotaan. Sebagai salah satu pasar terbesar dan tertua di Kabupaten Sidoarjo, pasar ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan jumlah pedagang aktif mencapai lebih dari 700 orang, yang mayoritas beragama Islam (Data UPTD Pasar Larangan, 2024). Aktivitas perdagangan di pasar ini berjalan setiap hari dengan variasi jenis komoditas yang mencakup sembako, pakaian, hasil bumi, dan kebutuhan rumah tangga.

Berbeda dengan sektor formal, geliat di Pasar Larangan diwarnai oleh perputaran uang tunai harian yang sangat cepat, minimnya pencatatan keuangan yang baku, serta ketergantungan yang tinggi pada transaksi kontan. Kondisi nyata ini berpengaruh langsung pada cara para pedagang mengatur ketersediaan dana dan

membagi waktu kerja mereka. Di tengah aktivitas perdagangan yang padat dan terus-menerus, ditambah dengan tidak adanya laporan laba-rugi yang jelas, perhitungan zakat perdagangan yang rumit sering kali dirasa menyita pikiran dan waktu para pedagang. Meskipun tingkat aktivitas ekonominya tinggi, observasi awal dan wawancara dengan pihak pengelola pasar menunjukkan bahwa kesadaran serta kepatuhan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan masih rendah. Sebagian besar pedagang belum memahami metode perhitungan zakat secara tepat, serta belum terjangkau oleh kemudahan layanan dari lembaga zakat resmi, seperti BAZNAS Kabupaten Sidoarjo

Secara teoritik, keputusan pedagang membayar zakat perdagangan dapat dijelaskan melalui *Value Belief Norm* (VBN) yang menekankan bahwa perilaku pro sosial (termasuk kepatuhan pada kewajiban moral) terbentuk dari rangkaian nilai (*values*), keyakinan (*beliefs*), hingga aktivasi norma pribadi (*personal norm*) yang mendorong tindakan (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Dalam kerangka ini, religiusitas dapat dipahami sebagai sumber nilai dan orientasi moral yang membentuk cara pandang pedagang terhadap kewajiban zakat, sementara pengetahuan zakat memperkuat keyakinan atas aturan, manfaat, dan konsekuensi berzakat sehingga meningkatkan peluang munculnya norma personal untuk patuh (Stern, 2000). Pada konteks pasar tradisional, lingkungan sosial berperan sebagai penguat keyakinan dan legitimasi sosial terhadap zakat, sedangkan kepercayaan terhadap lembaga zakat berkaitan dengan keyakinan bahwa zakat dikelola amanah sehingga norma personal tidak berhenti pada niat, tetapi bergerak menjadi perilaku nyata (Stern et al., 1999). Dlm hl ini, VBN membantu menjelaskan mengapa pedagang dengan nilai keagamaan tertentu dapat berbeda perilakunya, karena

perbedaan itu sering terjadi pada level keyakinan operasional dan aktivasi norma personal, bukan sekadar pada level pengakuan normatif bahwa zakat itu wajib (Stern, 2000).

Selain dimensi normatif moral, perilaku zakat perdagangan juga dapat dibaca sebagai proses pengambilan keputusan (*decision making*) di bawah keterbatasan informasi, waktu, dan kapasitas kalkulasi yang umum pada pedagang pasar, sehingga keputusan tidak selalu mengikuti rasionalitas penuh (Simon, 1955; Simon, 1957). Pedagang sebagai *decision maker* cenderung melakukan penyederhanaan (*heuristic*) dalam menentukan apakah, kapan, dan melalui siapa zakat dibayarkan, misalnya dengan mengandalkan kebiasaan, pengalaman, atau rujukan sosial, terutama ketika perhitungan zakat perdagangan dipersepsikan rumit dan data keuangan usaha tidak terdokumentasi rapi (Simon, 1957). Dalam perspektif ini, kemudahan layanan lembaga zakat layak diposisikan sebagai variabel moderasi karena kemudahan layanan menurunkan biaya transaksi keputusan (*transaction cost*) seperti biaya waktu, biaya informasi, dan biaya proses, sehingga nilai, Pengetahuan Zakat, Lingkungan Sosial, serta kepercayaan lebih mudah dikonversi menjadi keputusan membayar zakat perdagangan (Simon, 1955). Artinya, meskipun norma moral telah terbentuk (VBN), keputusan aktual tetap sangat dipengaruhi kondisi praktis yang menguatkan atau melemahkan kemampuan pedagang untuk mengeksekusi keputusan tersebut dalam situasi nyata pasar (Simon, 1957).

Jika teori ini diterapkan dalam konteks zakat perdagangan, maka keputusan pedagang untuk menunaikan zakat bukan hanya didorong oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga merupakan hasil pertimbangan rasional yang dilandasi oleh

nilai-nilai spiritual, sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat. Proses tersebut melibatkan keseimbangan antara faktor internal seperti religiusitas dan pengetahuan, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan kepercayaan terhadap lembaga zakat. Untuk itu disini, *Decision Making Theory* memberikan dasar yang logis dan manusiawi untuk memahami bagaimana pedagang membentuk keputusan aktual dalam membayar zakat perdagangan melalui interaksi antara aspek kognitif, afektif, dan sosial yang dimilikinya.

Dalam kerangka Teori Pengambilan Keputusan (*Decision Making Theory*), variabel penelitian ini dapat dijelaskan secara sistematis. Religiusitas merepresentasikan tahap awal proses pengambilan keputusan, yakni kesadaran nilai dan moral yang menjadi dasar seseorang dalam menentukan pilihan. Nilai-nilai keagamaan berperan penting dalam membentuk motivasi internal untuk menunaikan zakat sebagai kewajiban spiritual. Pengetahuan atau literasi zakat mencerminkan tahap pencarian dan pengolahan informasi yang membantu individu memahami syarat, ketentuan, serta manfaat zakat perdagangan secara rasional. Lingkungan sosial menggambarkan pengaruh eksternal yang turut membentuk pertimbangan individu melalui dorongan sosial, keteladanan, dan norma masyarakat. Sementara itu, kepercayaan terhadap lembaga zakat mencerminkan tahap evaluasi alternatif dan keyakinan terhadap lembaga pengelola zakat sebagai pihak yang amanah dan profesional dalam menyalurkan dana. Adapun kemudahan layanan lembaga zakat berperan sebagai faktor penguat (*moderator*) yang mempermudah proses pengambilan keputusan, karena semakin mudah dan transparan kemudahan layanan lembaga zakat, semakin besar kemungkinan pedagang merealisasikan keputusan untuk menunaikan zakatnya. Dengan

demikian, *Decision Making Theory* memberikan dasar konseptual yang komprehensif untuk memahami bagaimana pedagang pasar tradisional mengambil keputusan membayar zakat perdagangan melalui tahapan tahapan rasional yang didorong oleh nilai religius, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Lembaga Amil Zakat (LAZ), serta instansi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan partisipasi zakat, khususnya di sektor perdagangan. Dengan memahami pengaruh faktor-faktor nilai, sosial, dan kelembagaan terhadap keputusan pedagang, lembaga zakat dapat memperkuat pendekatan edukatif, sosial, dan kepercayaan publik melalui program literasi zakat, peningkatan transparansi, serta kemudahan layanan zakat di pasar pasar tradisional. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pengelola pasar dan tokoh agama lokal untuk berperan aktif dalam membangun budaya zakat yang berkelanjutan melalui keteladanan dan pembinaan keagamaan di lingkungan pedagang.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa zakat perdagangan memiliki peran strategis dalam membangun kesejahteraan umat dan menciptakan keadilan sosial dalam sistem ekonomi Islam. Namun, potensi zakat di kalangan pedagang tradisional masih belum tergali secara optimal akibat pengaruh berbagai faktor nilai, sosial, dan kelembagaan seperti tingkat religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan sosial, kepercayaan, serta kemudahan layanan lembaga zakat. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis secara empiris pengaruh faktor-faktor nilai, sosial, dan kelembagaan terhadap keputusan pedagang

Muslim dalam membayar zakat perdagangan, dengan mengambil studi kasus di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada **Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan Sosial, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pedagang Muslim dalam Membayar Zakat Perdagangan: Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat pada Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo**, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi penguatan perilaku zakat di sektor perdagangan tradisional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?
2. Apakah pengetahuan zakat berpengaruh terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?
3. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?
4. Apakah kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?
5. Apakah kemudahan layanan lembaga zakat memoderasi pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang disusun di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.
3. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.
5. Untuk menganalisis peran kemudahan layanan lembaga zakat dalam memoderasi pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya perilaku zakat dalam konteks mikro sosial, dengan menggunakan pendekatan *Decision Making Theory* untuk memahami proses pengambilan keputusan ekonomi berbasis nilai-nilai spiritual dan sosial.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi BAZNAS Kabupaten Sidoarjo, LAZ lokal, dan pengelola Pasar Larangan dalam meningkatkan strategi edukasi, pelayanan, serta kemudahan zakat yang lebih ramah bagi pedagang tradisional.

3. Kontribusi Sosial dan Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah dan lembaga keagamaan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan zakat perdagangan yang berorientasi pada keadilan sosial dan peningkatan kesejahteraan umat.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo yang aktif menjalankan usaha perdagangan dan berpotensi terkait dengan kewajiban zakat perdagangan. Responden penelitian mencakup pedagang yang pernah maupun belum pernah membayar zakat perdagangan. Keterlibatan kedua kelompok tersebut dimaksudkan agar penelitian dapat menggambarkan variasi keputusan pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan, baik dari sisi faktor pendorong maupun faktor penghambat.

Fokus utama penelitian adalah menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran kemudahan layanan lembaga zakat sebagai variabel moderasi yang diperkirakan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel-variabel independen tersebut dengan keputusan membayar zakat perdagangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi landasan penting dalam penyusunan kajian ini karena memberikan gambaran mengenai sejauh mana topik yang diteliti telah dikaji oleh para peneliti sebelumnya. Melalui penelusuran berbagai studi yang relevan, dapat diidentifikasi beragam temuan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan membayar zakat, baik dari aspek religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, maupun kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat. Uraian penelitian-penelitian tersebut tidak hanya membantu memperjelas posisi penelitian ini di antara karya ilmiah yang sudah ada, tetapi juga menyoroti celah penelitian (*research gap*) yang masih terbuka untuk dikaji lebih lanjut. Pada subbab ini akan dipaparkan secara ringkas beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode / Teori	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian Ini
1	Cokrohadisu marto, Zaenudin, Santoso, & Sumiati (2020) <i>A study of Indonesian community's behaviour in paying zakat</i>	Menganalisis perilaku masyarakat Indonesia dalam membayar zakat, terutama dari aspek pemahaman, informasi, kredibilitas, dan pilihan tempat pembayaran zakat.	Kuantitatif ; kajian perilaku pembayar an zakat.	Penelitian ini menganalisis zakat paying behaviour secara komprehensif, termasuk kepatuhan kepada Tuhan dan pemerintah, kesadaran tanpa paksaan, serta perilaku memilih tempat membayar zakat.	Menjadi rujukan utama untuk variabel keputusan membayar zakat, karena fokusnya bukan hanya niat, tetapi perilaku membayar zakat.

2	Saad & Haniffa (2014) <i>Determinants of zakah (Islamic tax) compliance behavior</i>	Menguji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kepatuhan zakat bisnis.	Kuantitatif ; <i>Theory of Reasoned Action</i> ; survei kepada 227 pebisnis aktif di Malaysia.	Intention terbukti menjadi prediktor signifikan terhadap zakah compliance behavior, sedangkan intention dipengaruhi oleh attitude dan <i>subjective norm</i> .	Relevan untuk menjelaskan bahwa keputusan/kepatuhan zakat bisnis dipengaruhi oleh faktor sikap, norma sosial, dan niat.
3	Saad, Farouk, & Abdul Kadir (2020) <i>Business zakat compliance behavioral intention in a developing country</i>	Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi kepatuhan zakat bisnis pada pelaku usaha.	Kuantitatif ; PLS-SEM; responden pelaku usaha kecil dan menengah.	Penelitian ini berfokus pada business zakat compliance dan menunjukkan bahwa kajian zakat bisnis masih penting dikembangkan, khususnya dalam konteks negara berkembang. (Emerald)	Sangat relevan karena penelitian Anda meneliti zakat perdagangan pada pedagang pasar tradisional.
4	Bin-Nashwan, Abdul-Jabbar, & Abdul Aziz (2021) <i>Does trust in zakat institution enhance entrepreneurs' zakat compliance?</i>	Menguji peran kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam hubungan faktor sosial-ekonomi dengan keputusan kepatuhan zakat entrepreneur.	Kuantitatif ; survei 274 entrepreneur; model kepatuhan zakat.	Penelitian ini menguji peran trust terhadap hubungan religiusitas, moral reasoning, peer influence, dan system fairness dengan zakat compliance decisions. (ScienceDirect)	Relevan untuk variabel kepercayaan terhadap lembaga zakat dan konteks pelaku usaha/pedagang.
5	Farouk, Md Idris, & Saad (2018) <i>Moderating role of religiosity on zakat compliance behavior in Nigeria</i>	Menguji peran religiusitas dalam model kepatuhan zakat penghasilan.	Kuantitatif ; <i>Theory of Reasoned Action</i> ; religiusitas sebagai variabel moderasi.	Penelitian ini menguji efek moderasi religiusitas dalam hubungan TRA terhadap intensi kepatuhan zakat penghasilan.	Relevan untuk memperkuat variabel religiusitas dalam perilaku kepatuhan zakat.

6	Andam & Osman (2019) <i>Determinants of intention to give zakat on employment income: Experience from Marawi City, Philippines</i>	Mengidentifikasi faktor yang memengaruhi niat membayar zakat penghasilan.	Kuantitatif ; extended <i>Theory of Planned Behaviour</i> ; 384 responden.	Attitude, <i>descriptive</i> norm, dan moral norm berhubungan positif dengan intention to give zakat, sedangkan perceived behavioural control, <i>injunctive</i> norm, dan past behaviour tidak signifikan.	Relevan untuk variabel lingkungan sosial, terutama norma sosial dan dorongan lingkungan dalam membayar zakat.
7	Annahl, Al Anshory, & Aulia (2021) <i>Why Do Muzaki Pay Zakat Through Institutions? The Theory of Planned Behaviour Application</i>	Menjelaskan alasan muzaki membayar zakat melalui institusi zakat.	Kuantitatif ; extended TPB; menambahkan knowledge, trust, dan perceived ease of use.	Penelitian ini menambahkan variabel knowledge, trust, dan perceived ease of use untuk menjelaskan niat membayar zakat maal melalui institusi.	Sangat relevan untuk variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan layanan lembaga zakat.
8	Kasri & Sosianti (2023) <i>Determinants of the Intention to Pay Zakat Online: The Case of Indonesia</i>	Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat Muslim Indonesia membayar zakat secara online.	Kuantitatif ; UTAUT; memasukkan performance expectancy, effort expectancy, <i>social influence</i> , facilitating conditions, trust, zakat literacy, dan Islamic religiosity.	Penelitian ini menunjukkan bahwa facilitating conditions, performance expectancy, trust in zakat institutions, <i>social influence</i> , dan zakat literacy memengaruhi niat membayar zakat online.	Menjadi rujukan penting untuk variabel Kemudahan Layanan Lembaga Zakat, terutama indikator kemudahan kanal pembayaran, fasilitas, dan dukungan layanan.

9	Sadallah, Abdul-Jabbar, & Abdul Aziz (2023) <i>Promoting zakat compliance among business owners in Algeria: the mediation effect of compliance intention</i>	Menguji kepatuhan zakat pada pemilik usaha dan peran mediasi compliance intention.	Kuantitatif ; konteks business owners; Journal of Islamic Marketing .	Penelitian ini mengkaji zakat compliance pada pemilik usaha dan menempatkan compliance intention sebagai mekanisme penting dalam kepatuhan zakat.	Relevan karena objeknya business owners, sehingga dekat dengan pedagang pasar sebagai pelaku usaha.
10	Sadallah, Abdul-Jabbar, Bin-Nashwan, & Abdul Aziz (2023) <i>Alms tax (ZAKAT) compliance intention among entrepreneurs from a social cognitive perspective: the moderating role of knowledge</i>	Menguji peran moderasi pengetahuan zakat dalam hubungan motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap intensi kepatuhan zakat entrepreneur.	Kuantitatif ; SEM/SmartPLS; 315 entrepreneur di Aljazair.	Semua hubungan langsung yang dihipotesiskan didukung; interaksi moderasi pengetahuan signifikan pada pengaruh political instability terhadap zakat <i>compliance intention</i> , tetapi tidak pada interaksi dengan <i>service quality</i> dan trust.	Relevan untuk menunjukkan bahwa moderasi dalam penelitian zakat sudah digunakan, namun moderator yang diuji berbeda dari penelitian Anda.
11	Alimusa, Herianingrum , Adirestuty, & Hakim (2025) <i>Determinants of Zakat compliance behaviour and future direction: a systematic literature review</i>	Memetakan faktor penentu perilaku kepatuhan zakat dan arah riset masa depan.	Systematic literature review; berbasis Scopus dan Web of Science.	Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor penentu zakat compliance behaviour dan memberikan arah pengembangan riset zakat ke depan. (Universitas Airlangga)	Relevan untuk memperkuat dasar pemilihan variabel religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, norma sosial, dan faktor kelembagaan.

12	Sudarsono, Nugrohowati, & Tumewang (2021) <i>The Effect of Zakat Institution System and Government Support on Intention to Pay Zakat: Knowledge as a Moderating Variable</i>	Menguji pengaruh sikap, norma subjektif, sistem kelembagaan zakat, dan dukungan pemerintah terhadap niat membayar zakat, dengan pengetahuan sebagai moderator.	Kuantitatif ; PLS-SEM; TRA.	Pengetahuan diuji sebagai variabel moderasi pada model niat membayar zakat, sehingga menunjukkan bahwa penelitian zakat mulai mengembangkan model moderasi.	Relevan sebagai pembanding karena sama-sama memakai moderasi, tetapi penelitian ini belum menguji kemudahan layanan lembaga zakat sebagai moderator.
----	--	--	-----------------------------	---	--

Sumber: Data diolah Peneliti 2025

1. Analisis Penelitian Terdahulu

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pada Tabel 2.1, dapat dipahami bahwa kajian mengenai perilaku membayar zakat sudah banyak dilakukan, baik dalam konteks zakat penghasilan, zakat bisnis, maupun pembayaran zakat melalui lembaga formal. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan seseorang dalam membayar zakat tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh faktor keagamaan, pemahaman zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, dan kemudahan layanan yang tersedia. Cokrohadisumarto et al. (2020), misalnya, menjelaskan bahwa perilaku membayar zakat berkaitan dengan pemahaman masyarakat, informasi yang diterima, kredibilitas lembaga, serta pilihan tempat pembayaran zakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pembayaran zakat bukan hanya persoalan niat, tetapi juga berkaitan dengan tindakan nyata seseorang dalam menentukan apakah ia akan membayar zakat, kapan membayarnya, dan melalui saluran apa zakat tersebut disalurkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saad dan Haniffa (2014) serta Saad et al. (2020) juga menunjukkan bahwa zakat, terutama dalam konteks bisnis, dapat dipahami sebagai bentuk perilaku kepatuhan. Artinya, pelaku usaha tidak serta-merta membayar zakat hanya karena mengetahui kewajiban agama, tetapi juga melalui proses pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dapat berkaitan dengan sikap, pengaruh sosial, pemahaman terhadap zakat, persepsi terhadap lembaga zakat, dan keyakinan bahwa zakat yang dibayarkan akan dikelola dengan baik. Hal ini relevan dengan penelitian ini karena pedagang pasar tradisional juga merupakan pelaku usaha yang memiliki aktivitas perdagangan, arus kas, dan pertimbangan ekonomi sehari-hari dalam mengambil keputusan membayar zakat perdagangan.

Dari sisi religiusitas, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nilai-nilai agama memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran seseorang untuk menunaikan zakat. Farouk et al. (2018) menempatkan religiusitas sebagai faktor penting dalam kepatuhan zakat. Namun, religiusitas saja tidak selalu cukup untuk menjelaskan keputusan membayar zakat, karena dalam praktiknya seseorang juga membutuhkan pemahaman yang benar tentang zakat. Oleh karena itu, variabel pengetahuan zakat menjadi penting dalam penelitian ini. Pedagang yang memahami pengertian zakat perdagangan, syarat nisab dan haul, objek zakat, serta cara menghitung zakat akan memiliki dasar yang lebih kuat untuk mengambil keputusan membayar zakat secara tepat.

Selain faktor internal, lingkungan sosial juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Andam dan Osman (2019) menunjukkan bahwa norma sosial dan norma moral berhubungan dengan niat seseorang dalam membayar zakat. Dalam

konteks pedagang pasar tradisional, lingkungan sosial dapat berasal dari keluarga, tokoh agama, sesama pedagang, maupun kebiasaan yang berkembang di lingkungan pasar. Seorang pedagang bisa terdorong membayar zakat karena melihat pedagang lain melakukannya, mendapat nasihat dari tokoh agama, atau karena lingkungan sekitarnya memandang zakat sebagai kewajiban yang harus ditunaikan oleh pelaku usaha Muslim.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat juga banyak mendapat perhatian dalam penelitian sebelumnya. Bin-Nashwan et al. (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat berperan dalam menjelaskan keputusan kepatuhan zakat pada entrepreneur. Kepercayaan ini menjadi penting karena sebagian muzaki tidak hanya mempertimbangkan kewajiban membayar zakat, tetapi juga mempertimbangkan apakah lembaga zakat yang menerima dana tersebut amanah, transparan, profesional, dan mampu menyalurkan zakat kepada mustahik yang tepat. Dalam penelitian ini, kepercayaan terhadap lembaga zakat menjadi salah satu variabel penting karena pedagang akan lebih mudah mengambil keputusan membayar zakat melalui lembaga apabila mereka yakin bahwa lembaga tersebut dapat dipercaya.

Penelitian tentang kemudahan layanan zakat juga mulai berkembang, terutama dalam konteks pembayaran zakat melalui lembaga dan kanal digital. Annahl et al. (2021) memasukkan *perceived ease of use* sebagai salah satu faktor yang menjelaskan alasan muzaki membayar zakat melalui institusi. Kasri dan Sosianti (2023) juga menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, *social influence*, *trust in zakat institutions*, *zakat literacy*, dan *Islamic religiosity* berperan dalam niat membayar zakat online. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak hanya

berarti dekat atau mudah dijangkau secara fisik, tetapi juga mencakup kemudahan memahami informasi, kemudahan prosedur, kemudahan menggunakan kanal pembayaran, kemudahan memperoleh bantuan, dan kemudahan mendapatkan bukti pembayaran.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan, dan kemudahan layanan dalam kaitannya dengan perilaku zakat, masih terdapat celah yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada niat atau intensi membayar zakat, sedangkan penelitian yang menekankan keputusan aktual membayar zakat perdagangan masih relatif terbatas. Selain itu, kajian mengenai zakat perdagangan pada pedagang pasar tradisional belum banyak dilakukan, padahal kelompok ini memiliki karakteristik yang berbeda dari pekerja formal atau muzaki umum. Pedagang pasar memiliki aktivitas usaha harian, pencatatan keuangan yang tidak selalu rapi, serta pemahaman zakat yang beragam.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan dengan mempertimbangkan faktor religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat. Selain itu, penelitian ini menempatkan Kemudahan Layanan Lembaga Zakat sebagai variabel moderasi. Artinya, penelitian ini tidak hanya melihat apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, tetapi juga melihat apakah kemudahan layanan lembaga zakat dapat memperkuat hubungan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih sesuai dengan kondisi pedagang pasar tradisional, khususnya di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

B. Landasan Teori

1. Teori *Value–Belief–Norm* (VBN)

Teori *Value–Belief–Norm* (VBN) yang dikembangkan oleh Stern dkk. (1999) menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari rangkaian proses psikologis yang bersifat berjenjang, dimulai dari sistem nilai dasar (*values*), berkembang menjadi keyakinan atau persepsi individu (*beliefs*), membentuk norma moral personal (*personal norms*), dan pada akhirnya termanifestasi dalam tindakan atau perilaku aktual. Dalam kerangka ini, perilaku tidak dipahami semata-mata sebagai hasil kalkulasi rasional, melainkan sebagai ekspresi dari kewajiban moral yang terinternalisasi. Individu akan terdorong untuk bertindak ketika ia menyadari bahwa nilai-nilai yang diyakininya memiliki implikasi terhadap suatu situasi tertentu, serta meyakini bahwa tindakannya dapat merealisasikan atau menjaga nilai tersebut (Stern et al., 1999).

Secara *teoretis*, VBN berakar pada *Norm Activation Theory* yang dikemukakan oleh Schwartz (1977), yang menegaskan bahwa aktivasi norma moral individu bergantung pada terpenuhinya dua keyakinan utama, yakni kesadaran terhadap konsekuensi suatu tindakan (*awareness of consequences*) dan atribusi tanggung jawab personal (*ascription of responsibility*). Kesadaran akan konsekuensi muncul ketika individu memahami bahwa suatu kondisi atau perilaku memiliki dampak terhadap nilai yang dianggap penting, sementara atribusi tanggung jawab berkaitan dengan keyakinan bahwa dirinya memiliki peran dalam mencegah atau memperbaiki dampak tersebut. Ketika kedua keyakinan ini terinternalisasi, individu akan merasakan kewajiban moral untuk bertindak sesuai dengan norma yang diyakininya (Schwartz, 1977). Stern dkk.

(1999) kemudian memperluas kerangka ini dengan mengaitkan norma moral tersebut pada struktur nilai dasar yang lebih luas, sehingga terbentuk rantai kausal yang bergerak dari nilai, keyakinan, norma pribadi, hingga perilaku aktual.

Meskipun VBN awalnya dikembangkan dalam konteks perilaku pro-lingkungan, berbagai kajian selanjutnya menunjukkan bahwa kerangka ini memiliki daya jelaskan yang kuat terhadap perilaku ekonomi yang didorong oleh nilai dan kewajiban moral, termasuk filantropi, kepatuhan pajak, serta perilaku keuangan berbasis etika dan agama (Stern, 2000). Dalam konteks zakat perdagangan, pembayaran zakat tidak semata-mata dipandang sebagai keputusan ekonomi, melainkan sebagai perwujudan tanggung jawab moral dan religius yang berakar pada nilai keimanan. Nilai religius yang dianut pedagang membentuk keyakinan mengenai kewajiban zakat, konsekuensi spiritual dan sosial dari pembayaran atau pengabaianya, serta tanggung jawab pribadi sebagai pelaku usaha Muslim. Keyakinan tersebut kemudian mengkristal menjadi norma pribadi yang mendorong pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan sebagai bentuk kepatuhan moral dan religius.

Dalam kerangka penelitian ini, religiusitas diposisikan sebagai representasi nilai dasar yang menanamkan orientasi moral terhadap kewajiban zakat, sementara pengetahuan dipahami sebagai elemen kognitif yang membentuk keyakinan mengenai ketentuan, mekanisme, serta dampak zakat perdagangan. Lingkungan sosial dan lingkungan usaha berperan sebagai konteks normatif yang dapat memperkuat atau melemahkan internalisasi norma pribadi melalui interaksi sosial, praktik kolektif, dan kebiasaan yang berkembang di

pasar tradisional. Kepercayaan terhadap lembaga zakat berfungsi sebagai keyakinan institusional yang menjembatani nilai dan norma pribadi dengan tindakan nyata, khususnya dalam konteks penyaluran zakat melalui lembaga formal. Dengan demikian, keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan dipahami sebagai hasil interaksi antara nilai religius, keyakinan kognitif dan institusional, serta norma moral personal yang terinternalisasi.

Dalam penelitian ini, kerangka VBN digunakan sebagai dasar untuk menempatkan religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan sosial dan usaha, serta kepercayaan sebagai faktor pembentuk nilai dan keyakinan pedagang yang berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan, dengan kemudahan layanan lembaga zakat dipahami sebagai kondisi yang memengaruhi aktualisasi dorongan moral tersebut.

2. Religiusitas

Konseptualisasi religiusitas sebagai ketersentralan makna keagamaan dirumuskan secara operasional oleh (Huber & Huber, 2012), yang memandang religiusitas sebagai tingkat pentingnya makna-makna religius dalam kepribadian; ketika makna itu benar-benar sentral, ia bekerja sebagai lensa yang menuntun individu menafsirkan pengalaman, menilai kepantasan, lalu mengarahkan tindakan. Glock dan Stark (1965) menggarisbawahi bahwa religiusitas tidak hadir sebagai atribut tunggal, melainkan terwujud melalui beberapa ranah yang saling menguatkan mulai dari keyakinan, praktik ritual, pengalaman religius, dimensi intelektual, hingga konsekuensi etis dalam perilaku. Dengan kerangka ini, religiusitas dapat dipahami sebagai faktor yang relevan dalam keputusan ekonomi-keagamaan, karena ia menjelaskan

bagaimana pertimbangan moral dan rasa kewajiban dapat memasuki proses memilih, termasuk ketika pelaku usaha menimbang pemenuhan kewajiban zakat atas aktivitas perdagangan.

Konsep religiusitas dalam kajian perilaku sosial-ekonomi sering diletakkan sebagai tingkat *ketersentralan* makna religius dalam diri individu, yaitu sejauh mana agama berfungsi sebagai kerangka rujukan ketika seseorang menilai situasi dan menentukan tindakan. Formulasi yang cukup operasional tentang gagasan “sentralitas” ini dikembangkan melalui *Centrality of Religiosity Scale* yang memandang religiusitas sebagai intensitas aktivasi konstruksi religius melalui kanal keyakinan, praktik, pengalaman, dan ranah kognitif-keagamaan (Huber & Huber, 2012). Dalam tradisi sosiologi agama, Glock dan Stark menambahkan bahwa religiusitas lebih tepat dipahami sebagai konstruk multidimensi bukan atribut tunggal dikarenakan keberagamaan dapat termanifestasi berbeda pada ranah keyakinan, praktik ritual, pengalaman religius, dimensi intelektual, dan konsekuensi etis (Glock & Stark, 1965). Dengan pijakan ini, religiusitas dapat diperlakukan sebagai faktor kunci untuk membaca keputusan ekonomi-keagamaan, termasuk ketika pelaku usaha menimbang pemenuhan zakat atas aktivitas perdagangan.

Value–Belief–Norm (VBN) menyediakan bahasa teoretik untuk menjembatani religiusitas dan tindakan yang bersifat moral-keagamaan. VBN menjelaskan perilaku sebagai rangkaian yang bergerak dari nilai (*values*) menuju keyakinan (*beliefs*), kemudian membangkitkan norma pribadi (*personal norms*) berupa rasa kewajiban moral internal, yang akhirnya memunculkan predisposisi bertindak. Di jantung mekanisme keyakinan–norma, VBN banyak

bertumpu pada gagasan aktivasi norma: norma pribadi menguat ketika individu menyadari konsekuensi dari tindakan/kelalaian (*awareness of consequences*) dan mengatribusikan tanggung jawab pada diri (*ascription of responsibility*). Rantai ini tidak bekerja dalam ruang hampa; Stern dkk. menekankan bahwa bentuk tindakan yang muncul dipengaruhi kapabilitas dan *constraints*, sehingga dorongan moral tidak selalu bermuara pada perilaku aktual tanpa dukungan kondisi pemungkin. Nilai sebagai hulu VBN sendiri dapat dipahami melalui teori nilai dasar: nilai diperlakukan sebagai prinsip lintas situasi yang mengarahkan evaluasi dan pilihan, serta memiliki struktur motivasional yang relatif stabil (Stern et al., 1999).

Dalam konteks keputusan pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan, religiusitas dapat ditempatkan sebagai sumber yang menebalkan mata rantai VBN. Pada level nilai, religiusitas cenderung menguatkan orientasi kepatuhan moral dan kepedulian sosial, sehingga tindakan ekonomi tidak sepenuhnya dibaca sebagai kalkulasi utilitas. Pada level keyakinan, religiusitas memberi isi pada kesadaran konsekuensi dan tanggung jawab personal: mengabaikan kewajiban dipandang berdampak secara moral dan sosial, sementara tanggung jawabnya melekat pada diri, bukan sekadar urusan institusi. Dari sini norma pribadi berupa rasa wajib berzakat lebih mudah tumbuh dan bertahan. Agar konstruksi ini operasional dalam model penelitian, definisi konseptual religiusitas dapat dirumuskan sebagai tingkat internalisasi ajaran agama yang membuat rujukan religius cukup sentral dalam orientasi hidup pelaku ekonomi, tercermin pada kekuatan keyakinan, konsistensi praktik, intensitas penghayatan, dan konsekuensi etis dalam perilaku ekonomi.

Dalam perspektif Islam, religiusitas tidak hanya bersifat ritual (Haqqi, 2019), tetapi juga memuat prinsip keadilan, transparansi, dan pemenuhan kewajiban secara sah (Murcitaningrum & Machsun, 2024); pada konteks zakat perdagangan, prinsip ini menuntut pedagang menghitung kewajiban secara jujur, mengalokasikan dana zakat dari arus kas usaha, serta membayar tepat waktu sebagai wujud Amanah (Aradimas & Efendi, 2025). Relevansinya bagi penelitian di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo adalah bahwa religiusitas berpotensi memperkuat sikap positif dan kepatuhan pedagang terhadap zakat, meski praktiknya tetap dipengaruhi keterbatasan pencatatan dan dinamika transaksi harian. Landasan normatif memperkaya sisi “*belief*” dalam VBN, khususnya terkait konsekuensi dan tanggung jawab personal atas harta. Dalam At-Taubah [9]:103, Allah Subhanahu wa Ta’ala berfirman:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ 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.” (Al-Qur’an: At-Taubah 9:103)

Tafsir Ibn Kathir atas ayat di atas, memaknai perintah pengambilan zakat/sedekah dari harta sebagai sarana penyucian dan penyempurnaan bagi yang menunaikannya sebagai dimensi yang sering dibaca sebagai penguatan aspek moral-psikologis dalam kepatuhan finansial (Ibn Kathir, 2000). Imam Al-Baghawi dalam kitab tafsir Ma'alimut Tanzil menjelaskan, Allah swt memerintahkan Nabi Muhammad saw untuk mengambil zakat dari sebagian harta umat Islam. Zakat membersihkan diri dari dosa-dosa dan meningkatkan derajat seorang muslim dari munafik menjadi ikhlas. Dengan mengeluarkan

zakat, seorang muslim menunjukkan ketaatannya kepada Allah Subhanu Wata'ala dan kepeduliannya terhadap sesama (Basid et al., 2022; Thamrin et al., 2023). Profesor Quraish Shihab dalam kitab Tafsir Al-Misbah menyebutkan, ayat ini memberikan panduan tentang cara menyucikan diri. Allah memerintahkan Nabi Muhammad saw untuk mengambil harta dari orang-orang yang mampu secara ekonomi. Harta tersebut nantinya akan diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (Nasution et al., 2025).

Pada QS. Al-Baqarah [2]:267,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (Al-Qur'an: Al-Baqarah [2]:26)

Ibn Kathir menekankan dorongan untuk mengeluarkan dari harta yang baik dan layak, serta kritik terhadap kecenderungan memilih yang buruk untuk dikeluarkan, yang secara etik menempatkan kualitas harta dan cara perolehannya dalam horizon keberagamaan (Sumadi, 2025). Di dalam hadis dikatakan:

عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ
اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «بُني الإسلام على خمس: شهادة أن لا إله إلا الله وأنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ
اللَّهِ، وإِقَامُ الصَّلَاةِ، وإِيتَاءُ الزَّكَاةِ، وَحَجُّ الْبَيْتِ، وَصَوْمُ رَمَضَانَ» رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ .

Artinya: “Dari Abu Abdirrahman Abdullah bin Umar bin Khattab Radhiyallahu ‘Anhum, ia berkata: aku mendengar Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda, “Islam dibangun di atas lima hal: syahadat lâ ilâha illâllâh dan Muhammadur Rasûlûllâh, menegakkan shalat, menunaikan zakat, haji ke Baitullah, dan puasa Ramadhan.” (HR Al-Bukhari dan Muslim)

Riwayat hadis tentang lima pilar di atas menegaskan zakat sebagai fondasi praktik Islam, sehingga ia berada pada struktur kewajiban, bukan sekadar ekspresi kedermawanan sukarela (Karakas, 2019).

Di dalam hadis lain beliau bersabda:

رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ " ثَلَاثَةٌ أُقْسِمُ عَلَيْهِنَّ وَأُحَدِّثُكُمْ حَدِيثًا فَاخْفَظُوهُ ". قَالَ " مَا نَقَصَ مَالُ عَبْدٍ مِنْ صَدَقَةٍ وَلَا ظُلْمٍ عَبْدٌ مَظْلَمَةً فَصَبَرَ عَلَيْهَا إِلَّا زَادَهُ اللَّهُ عِزًّا وَلَا فَتَحَ عَبْدٌ بَابَ مَسْأَلَةٍ إِلَّا فَتَحَ اللَّهُ عَلَيْهِ بَابَ فَقْرٍ أَوْ كَلِمَةً نَحْوَهَا وَأُحَدِّثُكُمْ حَدِيثًا فَاخْفَظُوهُ قَالَ " إِنَّمَا الدُّنْيَا لِأَرْبَعَةِ نَفَرٍ عَبْدٍ رَزَقَهُ اللَّهُ مَالًا وَعِلْمًا فَهُوَ يَتَّقِي فِيهِ رَبَّهُ وَيَصِلُ فِيهِ رَحْمَهُ وَيَعْلَمُ لِلَّهِ فِيهِ حَقًّا فَهَذَا بِأَفْضَلِ الْمَنَازِلِ وَعَبْدٍ رَزَقَهُ اللَّهُ عِلْمًا وَلَمْ يَرْزُقْهُ مَالًا فَهُوَ صَادِقُ النَّبِيِّ يَقُولُ لَوْ أَنَّ لِي مَالًا لَعَمِلْتُ بِعَمَلِ فُلَانٍ فَهُوَ بَيْنَتِهِ فَأَجْرُهُمَا سَوَاءٌ وَعَبْدٍ رَزَقَهُ اللَّهُ مَالًا وَلَمْ يَرْزُقْهُ عِلْمًا فَهُوَ يَخْبِطُ فِي مَالِهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ لَا يَتَّقِي فِيهِ رَبَّهُ وَلَا يَصِلُ فِيهِ رَحْمَهُ وَلَا يَعْلَمُ لِلَّهِ فِيهِ حَقًّا فَهَذَا بِأَخْبَثِ الْمَنَازِلِ وَعَبْدٍ لَمْ يَرْزُقْهُ اللَّهُ مَالًا وَلَا عِلْمًا فَهُوَ يَقُولُ لَوْ أَنَّ لِي مَالًا لَعَمِلْتُ فِيهِ بِعَمَلِ فُلَانٍ فَهُوَ بَيْنَتِهِ فَوَزْرُهُمَا سَوَاءٌ " . قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ .

Artinya : "Beliau berkata: "Harta seorang hamba Allah tidak akan berkurang karena sedekah; tidak ada hamba Allah yang mengalami ketidakadilan dan bersabar dengannya kecuali Allah akan menambah kehormatannya; tidak ada hamba Allah yang membuka pintu untuk meminta-minta kecuali Allah akan membuka pintu kemiskinan baginya" - atau pernyataan serupa - "Dan aku akan menceritakan kepadamu sebuah riwayat, maka ingatlah." Dia berkata: "Dunia ini hanyalah untuk empat orang: Seorang hamba yang Allah berikan kekayaan dan ilmu, sehingga dia bertakwa kepada Tuhannya dengan itu, memelihara tali silaturahmi dengan itu, dan dia tahu bahwa Allah memiliki hak di dalamnya. Maka inilah derajat yang paling mulia. Dan seorang hamba yang Allah berikan ilmu, tetapi tidak berikan kekayaan. Maka ia memiliki niat yang jujur, berkata: 'Jika aku memiliki kekayaan, maka aku akan melakukan amal seperti si fulan dengannya.' Ia memiliki niatnya, maka pahalanya sama. Dan seorang hamba yang Allah berikan kekayaan, tetapi tidak berikan ilmu. [Maka dia] menghabiskan hartanya dengan sembarangan tanpa ilmu, tanpa takut kepada Tuhannya, dan tanpa memelihara tali silaturahmi, dan dia tidak tahu bahwa Allah memiliki hak di dalamnya. Maka inilah derajat yang paling hina. Dan seorang hamba yang Allah tidak memberinya harta maupun ilmu, maka dia berkata: 'Jika aku memiliki harta, maka aku akan melakukan amal seperti si fulan dengan harta itu.' Dia memiliki niatnya, maka dosanya sama." (Sunan At-Tirmidhi 2325)

Hadis ini menyatakan sedekah tidak mengurangi harta relevan untuk membaca bagaimana keyakinan dapat menekan persepsi kehilangan ketika mengeluarkan sebagian harta, sesuatu yang dalam VBN dapat memperkuat jalur keyakinan menuju norma pribadi. Melalui pesan “harta tidak berkurang karena sedekah” (Sunan At-Tirmidhi 2325), keyakinan religius membentuk cara pandang bahwa pengeluaran untuk kebaikan bukan *loss* finansial, melainkan sumber keberkahan dan pemenuhan “hak Allah” atas harta, sehingga mengurangi hambatan psikologis untuk memberi (S Baqutayan et al., 2018). Dengan berkurangnya persepsi kehilangan dan meningkatnya rasa tanggung jawab moral, keyakinan tersebut lebih mudah terinternalisasi menjadi norma pribadi yang mendorong tindakan filantropi (sedekah) maupun kewajiban yang lebih mengikat seperti zakat, terutama ketika keputusan ekonomi dipandu oleh niat dan pengetahuan sebagaimana ditekankan dalam tipologi “empat manusia” pada hadis yang sama (Anggraeni & Kukliené, 2024).

Literatur empiris yang sudah dipetakan menunjukkan pola yang mendukung pembacaan tersebut sekaligus mengingatkan adanya variasi konteks. Tinjauan sistematis menempatkan religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sebagai faktor dominan dalam kepatuhan zakat lintas studi. Pada level pedagang, terdapat temuan bahwa religiusitas dan literasi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat perdagangan.

Namun terdapat juga Studi pada kanal lembaga formal yang melaporkan religiusitas tidak signifikan ketika pengetahuan, transparansi, dan reputasi lembaga lebih kuat menjelaskan keputusan pembayaran zakat. Variasi ini sejalan

dengan premis VBN tentang *constraints*: dorongan moral dapat kuat, tetapi penerjemahannya menjadi perilaku tetap sensitif terhadap kondisi institusional dan akses layanan bahkan pada salah satu studi, kemudahan akses dilaporkan sebagai faktor yang paling dominan.

3. Pengetahuan

Pengetahuan dalam kajian perilaku umumnya dipahami sebagai kapasitas kognitif untuk mengingat, memahami, dan menggunakan informasi yang pernah dipelajari; pada level paling dasar ia mencakup pengenalan fakta dan konsep, lalu berkembang menjadi pemahaman dan penerapan dalam situasi nyata (Bloom et al., 1956). Dalam konteks zakat, pengetahuan tidak berhenti pada “tahu bahwa zakat itu wajib”, melainkan mencakup pemahaman yang memadai agar kewajiban dijalankan tepat, misalnya memahami syarat wajib, objek zakat, serta cara menghitungnya; survei pengetahuan zakat nasional menunjukkan bahwa pemahaman zakat memang diukur secara berjenjang dan rinci untuk menangkap aspek-aspek tersebut (Puskas BAZNAS & Kemenag RI, 2020).

Operasionalisasi pengetahuan zakat (sering dipadankan dengan pengetahuan zakat) lazim dipetakan ke dimensi pemahaman dasar dan lanjutan. Pada laporan Indeks Pengetahuan zakat Nasional, dimensi dasar dan lanjutan ditampilkan sebagai dua komponen utama literasi dengan skor terpisah yang membantu membedakan antara pengetahuan fundamental dan pengetahuan yang lebih teknis-operasional (Puskas BAZNAS & Kemenag RI, 2020). Sejalan dengan arah pembaruan instrumen, publikasi “*Zakat Literacy Index Version 2.0*” menegaskan bahwa indeks pengetahuan zakat disusun melalui tinjauan literatur

dan diskusi ahli, serta mengacu pada model literasi yang lebih umum (misalnya OECD, OJK, dan model-model literasi finansial lain) sehingga pengetahuan zakat dipahami sebagai bagian dari kompetensi pengambilan keputusan finansial-keagamaan (Puskas BAZNAS, 2024)

Jika dirinci pada level indikator, laporan pengetahuan zakat nasional memetakan “pengetahuan zakat” ke variabel-variabel yang cukup operasional: pemahaman zakat secara umum, pemahaman kewajiban membayar zakat, pemahaman asnaf, pemahaman penghitungan zakat, pemahaman objek zakat, pemahaman institusi zakat, pemahaman regulasi zakat, pemahaman dampak zakat, pemahaman program zakat, serta pemahaman pembayaran zakat digital (Puskas BAZNAS, 2024). Struktur indikator semacam ini membantu penelitian menghindari definisi pengetahuan yang terlalu abstrak, sekaligus memberi ruang untuk menangkap pengetahuan yang relevan bagi pedagang, misalnya aspek penghitungan, objek zakat, dan kanal pembayaran yang dalam praktik sering menjadi titik paling “rawan salah paham” (Puskas BAZNAS, 2024).

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, pengetahuan zakat paling tepat ditempatkan pada ranah *belief* (keyakinan/kognisi), karena ia menyediakan basis informasi yang memungkinkan individu membentuk keyakinan yang akurat mengenai kewajiban, konsekuensi, dan tanggung jawab. VBN menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh rangkaian nilai–keyakinan–norma pribadi, dan norma pribadi cenderung menguat ketika individu (i) menyadari konsekuensi kelalaian dan (ii) mengatribusikan tanggung jawab pada diri (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Mekanisme ini koheren dengan *Norm Activation Model* yang menekankan peran *awareness of consequences* dan

ascription of responsibility sebagai pemantik norma pribadi (Schwartz, 1977). Dalam praktik zakat, pengetahuan mengenai nisab dan haul, misalnya, menjadi kunci agar tidak terjadi dua ekstrem: merasa wajib padahal belum memenuhi syarat, atau sebaliknya melewatkan kewajiban ketika syarat telah terpenuhi (Puskas BAZNAS, 2026)

Konteks pedagang pasar tradisional (Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo) membuat pengetahuan zakat berfungsi bukan hanya sebagai “isi kognitif”, tetapi juga sebagai perangkat penyederhanaan keputusan (Yahya et al., 2025). Ketika informasi teknis (objek zakat perdagangan, basis perhitungan, waktu pengeluaran, hingga saluran pembayaran) dipahami, biaya kognitif untuk mengambil keputusan menurun; keputusan lebih mudah dipertahankan sebagai rutinitas, bukan negosiasi ulang setiap periode (Cahyani et al., 2022). Temuan pengetahuan zakat nasional menunjukkan bahwa faktor aksesibilitas dan kanal informasi (misalnya ceramah agama) masih dominan dalam membentuk pemahaman dan perilaku zakat, sehingga pengetahuan sering kali lahir dari interaksi sosial yang dekat dengan keseharian pedagang, bukan dari bacaan teknis yang formal (Puskas BAZNAS & Kemenag RI, 2020). Dalam pengertian yang lebih luas, pembaruan Zakat Literacy Index juga menempatkan literasi sebagai bagian dari kerangka literasi finansial (OECD/OJK dan model lain) sehingga pengetahuan zakat dapat dibaca sebagai kompetensi untuk memilih tindakan ekonomi yang patuh syariah secara tepat, bukan sekadar “tahu” pada level slogan (Puskas BAZNAS, 2026).

Batasan konseptual perlu ditegaskan agar variabel pengetahuan tidak tumpang tindih dengan religiusitas. Dalam penelitian ini, pengetahuan zakat

didefinisikan sebagai tingkat pemahaman pedagang mengenai ketentuan zakat yang relevan bagi zakat perdagangan yang meliputi syarat wajib (nisab dan haul), objek zakat, dasar perhitungan, kelompok penerima (asnaf), kelembagaan/kanal pembayaran, serta aspek regulasi atau tata kelola yang diketahui yang tercermin pada kemampuan menjelaskan dan menerapkan informasi tersebut dalam keputusan membayar zakat perdagangan (Alimusa et al., 2025). Penekanan pada komponen “penerapan” ini mengikuti logika bahwa pengetahuan zakat diukur melalui indikator yang bukan hanya konseptual, tetapi juga operasional, serta konsisten dengan temuan bahwa pengetahuan kerap muncul sebagai prediktor keputusan membayar zakat melalui lembaga (Afandi et al., 2022).

Dasar normatif memperkuat argumen bahwa pengetahuan merupakan prasyarat penting bagi praktik keberagamaan yang benar, termasuk dalam urusan muamalah dan kewajiban harta. Dalam surat Al-Alaq ayat 1-5, Allah berfirman:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

Artinya : “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan!. Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya. (Al-Qur’an: Al-'Alaq [96]:1-5)

Menurut Tafsir Ibn Katsir ayat ini menonjolkan tema pengangkatan martabat manusia melalui pengetahuan; ajaran “membaca” dipahami sebagai pintu masuk pembelajaran yang membuat manusia mengetahui apa yang sebelumnya tidak diketahui (Ibn Kathir, 2000). Dalam kerangka yang lebih praktis, hadis “menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap Muslim” memberi

legitimasi bahwa pemahaman yang memadai merupakan bagian dari tanggung jawab beragama, bukan pelengkap. Nabi SAW bersabda:

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَ مُسْلِمَةٍ

Artinya : “Setiap umat islam wajib untuk mencari ilmu. Dari hadis ini kita bisa memahami bahwa nabi Muhammad memerintah (HR. Ibn Majah)

Ayat lain yang sering dijadikan dasar etika pengetahuan yakni:

أَمَّنْ هُوَ قُنِيتُ ءَانَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ آلَ ءَاخِرَةٍ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ ؕ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي
الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ؕ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya: “(Apakah kamu hai orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadat di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedang ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.” (Al-Qur’an: Az-Zumar [39]:9)

Ayat ini menguatkan pembedaan nilai antara tindakan yang didasarkan pada pemahaman dan tindakan yang dilakukan tanpa dasar pengetahuan (Ibn Kathir, 2000). Secara empiris, literatur yang telah dipetakan menunjukkan bahwa pengetahuan termasuk determinan yang paling konsisten muncul dalam studi kepatuhan zakat, meskipun intensitas pengaruhnya dapat berbeda antar konteks (Alimusa et al., 2025). misalnya, menemukan pengetahuan berpengaruh signifikan bersama variabel kelembagaan seperti transparansi dan reputasi (Afandi et al., 2022).

Pada level intensi, penelitian lain juga mencatat pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap niat membayar zakat (Mariyanti et al., 2022) dan pengetahuan zakat termasuk faktor yang signifikan dalam intensi kepatuhan zakat bisnis (Saad et al., 2020). Temuan moderasi juga menarik: pengetahuan

tidak selalu memperkuat semua jalur, tetapi pada studi tertentu ia hanya menguatkan pengaruh norma subjektif terhadap niat (Sudarsono et al., 2021).

Pengetahuan zakat dalam penelitian ini diletakkan sebagai basis kognitif yang menopang terbentuknya keyakinan yang tepat (*belief*) dalam kerangka VBN membantu pedagang memahami kapan zakat perdagangan wajib, bagaimana menghitungnya, serta saluran apa yang memungkinkan pembayaran dilakukan secara benar dan amanah. Argumentasi ini sejalan dengan VBN yang menempatkan keyakinan dan aktivasi norma pribadi sebagai penggerak keputusan moral (Stern, 2000), dan dikuatkan oleh pemetaan literatur yang menunjukkan pengetahuan sebagai determinan dominan dalam kepatuhan zakat (Alimusa et al., 2025).

4. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dalam kajian perilaku konsumen dipahami sebagai pengaruh sosial yang datang dari kelompok rujukan, keluarga, serta peran dan status sosial yang melekat pada individu; faktor-faktor ini membentuk ekspektasi dan preferensi ketika seseorang mengambil keputusan (Kotler & Keller, 2016). Pada level psikologis, pengaruh tersebut sering hadir sebagai *subjective norm*, yakni persepsi mengenai tekanan *social* (apakah orang-orang yang dianggap penting mendukung atau menolak suatu tindakan) yang kemudian ikut membentuk niat dan keputusan (Ajzen, 1991). Dalam konteks zakat perdagangan, lingkungan sosial berarti bukan sekadar “ada orang di sekitar”, melainkan iklim sosial yang mengarahkan pedagang untuk memaknai pembayaran zakat sebagai tindakan yang wajar, dihargai, dan diharapkan, atau sebaliknya sebagai urusan yang tidak mendapat dukungan sosial.

Konsep lingkungan sosial dapat dijelaskan lebih tajam dengan membedakan dua jenis norma sosial: norma *injunctive* (apa yang dinilai pantas/harus dilakukan menurut lingkungan) dan norma *descriptive* (apa yang lazim dilakukan oleh orang-orang di sekitar). Cialdini, Reno, dan Kallgren menunjukkan bahwa perilaku sangat peka terhadap norma yang “dibuat menonjol” dalam situasi tertentu; seseorang bisa terdorong bertindak bukan karena perubahan keyakinan mendasar, tetapi karena isyarat sosial tentang apa yang dianggap benar atau apa yang biasa dilakukan (Cialdini & Goldstein, 2004). Kerangka ini sejalan dengan pandangan perilaku konsumen bahwa kelompok rujukan dan keluarga bekerja melalui mekanisme teladan, persetujuan sosial, serta pembelajaran kebiasaan (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, indikator lingkungan sosial dalam penelitian zakat perdagangan wajar difokuskan pada dukungan/anjuran dari keluarga dan rekan, pengaruh tokoh atau komunitas, serta intensitas praktik yang “terlihat” di sekitar pedagang (Cialdini & Goldstein, 2004; Kotler & Keller, 2016).

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, lingkungan sosial tidak termasuk konstruk inti (nilai–keyakinan–norma pribadi), tetapi berperan sebagai konteks yang menguatkan atau melemahkan jalur VBN menuju perilaku. Stern menekankan bahwa norma pribadi menjadi pendorong proksimal perilaku, tetapi aktualisasi tindakan juga dipengaruhi oleh *capabilities* dan *constraints* yang melekat pada situasi sosial (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Pada titik ini, lingkungan sosial dapat dibaca sebagai “pemicu saliens” yang membuat pertimbangan moral terasa lebih hadir dan lebih mengikat, terutama ketika pedagang melihat konsekuensi sosial dari kepatuhan/kelalaian atau merasakan

tanggung jawab personal yang dikuatkan oleh ekspektasi komunitas. Logika aktivasi norma ini dekat dengan *Norm Activation Model*, yang menjelaskan bahwa norma pribadi menguat ketika individu sadar konsekuensi dan merasa bertanggung jawab atas tindakan tersebut (Schwartz, 1977). Jadi, lingkungan sosial dapat diposisikan sebagai faktor yang paling dekat pada ranah *BELIEF* bernuansa normatif (keyakinan tentang harapan orang lain) sekaligus konteks yang memengaruhi intensitas aktivasi *personal norm* dalam VBN (Schwartz, 1977; Stern, 2000).

Dalam kerangka *adaptive decision making*, strategi keputusan juga bersifat kontingen: ketika biaya pencarian informasi dan evaluasi dianggap tinggi (misalnya menilai amanah lembaga zakat, transparansi penyaluran, atau kepastian fiqh zakat perdagangan), pengambil keputusan akan menukar akurasi dengan penghematan usaha (*effort-accuracy trade-off*) dan mengandalkan *cues* yang cepat diakses dari lingkungan (Payne et al., 1993).

Di titik ini, pengaruh sosial bekerja sebagai “*input*” dan *shortcut* keputusan: pedagang menilai opsi pembayaran (langsung vs melalui lembaga; lembaga A vs B) dengan mengacu pada informasi yang paling mudah dipanggil dari memori dan paling sering muncul dalam percakapan komunitas, misalnya testimoni kolega, rekomendasi tokoh agama, reputasi lembaga di pasar, atau cerita kasus penyaluran yang dianggap baik/buruk. Mekanisme ini sejalan dengan literatur heuristik dalam pengambilan keputusan di bawah ketidakpastian: penilaian sering ditopang oleh operasi mental yang ekonomis (mis. *availability* dan *representativeness*), namun sensitif terhadap narasi yang dominan di lingkungan (Tversky & Kahneman, 1973). Dalam konteks

Indonesia, bukti empiris juga menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan dekat dapat menjadi pendorong kuat dalam preferensi penggunaan layanan keuangan syariah (Pantari & Aji, 2020), sehingga masuk akal bila pada zakat perdagangan pun dukungan sosial yang konsisten akan menurunkan keraguan, meningkatkan kepercayaan, dan mengarahkan pilihan pada kepatuhan; sebaliknya, sinyal sosial yang negatif memperbesar persepsi risiko dan mempertahankan kebiasaan lama.

Untuk menjaga batasan variabel agar tidak bertumpang tindih dengan religiusitas dan pengetahuan zakat, lingkungan sosial perlu didefinisikan sebagai persepsi individu tentang dukungan, teladan, dan tekanan sosial dari pihak-pihak signifikan di sekelilingnya terkait pembayaran zakat perdagangan. Dalam penelitian ini, lingkungan sosial didefinisikan sebagai tingkat dukungan dan tekanan normatif yang dirasakan pedagang berasal dari keluarga, rekan sesama pedagang, tokoh atau komunitas keagamaan, serta jejaring sosial di pasar yang tercermin pada (i) dorongan/anjuran untuk menunaikan zakat, (ii) teladan perilaku pembayaran zakat di sekitar pedagang, dan (iii) persepsi tentang penilaian sosial bila zakat ditunaikan atau diabaikan. Rumusan ini konsisten dengan konsep norma *injunctive–descriptive* sebagai kanal pengaruh sosial (Cialdini & Goldstein, 2004).

Dalam perspektif normatif Islam, lingkungan sosial yang mendorong kepatuhan tidak diposisikan sebagai “intervensi eksternal” semata, melainkan bagian dari etika sosial yang membangun masyarakat melalui praktik saling mengingatkan dan menolong. Allah berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Al-Qur’an: Az-Zumar [39]:9)

Ayat ini menekankan pentingnya hadirnya kelompok yang mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran; dalam tafsir Ibn Kathir, ayat ini dipahami sebagai dorongan pembentukan fungsi sosial yang menjaga moralitas kolektif melalui amar ma’ruf nahi munkar (QS Ali ‘Imran [3]:104; Ibn Kathir, t.t.). Prinsip tolong-menolong dalam kebaikan juga ditegaskan pada firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا أَسْهُرَ الْحَرَامِ وَلَا أَهْدَىٰ وَلَا أَلْفُلِدَ وَلَا ءَامِينَ أَبَيْتِ الْحَرَامَ فَبُغَا مِنْ رِجَالِهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). 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.” (Al-Qur’an: Az-Zumar [39]:9)

Ayat ini secara substantif mengarahkan kerja sama sosial pada kebajikan dan ketakwaan serta menutup ruang kolaborasi pada dosa dan permusuhan;

rujukan tafsir menempatkan ayat ini sebagai fondasi etika sosial dalam tindakan kolektif (QS Al-Ma'idah [5]:2; Ibn Kathir, t.t.). Kemudian dalam disabdakan:

مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَنْفَعُهُ

Artinya: “Di antara yang termasuk bagusnya keislaman seseorang adalah ia meninggalkan apa yang tak berguna (bermanfaat) baginya.” (HR. al-Tirmizī no. 2318)

Hadits ini menyatakan seorang Muslim yang baik adalah yang senantiasa berusaha mengutamakan aktivitas dan perbuatan yang bermanfaat, seperti beribadah, belajar, membantu sesama, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat. Ini mengandung makna yang mendalam mengenai akhlak dan perilaku seorang muslim dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Hadits ini juga menyatakan bahwa salah satu indikator baiknya keislaman seseorang adalah kemampuannya untuk menghindari hal-hal yang tidak berguna atau tidak bermanfaat. Ini mencakup aktivitas, perbuatan, atau pembicaraan yang tidak memberikan manfaat bagi dirinya maupun orang lain (Andika & Anwar, 2025).

Literatur empiris terkait zakat menunjukkan bahwa unsur sosial sering diproksikan dengan norma subjektif atau pengaruh teman muncul berulang sebagai determinan perilaku/niat membayar zakat, meski besar pengaruhnya dapat berbeda lintas konteks. Studi Saad et al. (2020) melaporkan pengaruh teman sebagai faktor yang signifikan terhadap intensi kepatuhan zakat bisnis, menandakan kuatnya kanal peer influence dalam keputusan muzakki pelaku usaha. Studi Shikur et al. (2025) juga menempatkan norma subjektif sebagai prediktor pembayaran zakat pada muzakki, sedangkan Sudarsono et al. (2021) menunjukkan norma subjektif berpengaruh pada niat membayar zakat dan dapat diperkuat oleh pengetahuan pada jalur tertentu. Tinjauan sistematis Alimusa et

al. (2025) memperlihatkan bahwa norma subjektif termasuk faktor dominan yang kerap muncul dalam penelitian kepatuhan zakat. Kombinasi temuan ini memberi isyarat bahwa lingkungan sosial layak ditempatkan sebagai variabel penjelas yang serius, terutama pada komunitas ekonomi yang interaksinya intens seperti pasar tradisional (Saad dkk., 2020; Sudarsono dkk., 2021; Shikur dkk., 2025; Alimusa dkk., 2025).

Lingkungan sosial pada penelitian ini diposisikan sebagai faktor yang membentuk keyakinan normatif (apa yang diharapkan lingkungan) dan sekaligus memperkuat atau melemahkan aktivasi norma pribadi dalam rantai VBN menuju keputusan membayar zakat perdagangan.

5. Kepercayaan

Kepercayaan pada dasarnya merepresentasikan kesiapan seseorang menempatkan dirinya pada posisi “rentan” terhadap tindakan pihak lain, dengan asumsi bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai harapan yang dianggap penting. Dalam literatur organisasi, kepercayaan dipahami sebagai *willingness to be vulnerable* yang lahir dari ekspektasi positif terhadap pihak yang dipercaya (Mayer et al., 1995). Rumusan lintas-disiplin juga menegaskan bahwa kepercayaan merupakan keadaan psikologis berupa niat menerima kerentanan berdasarkan harapan positif atas niat atau perilaku pihak lain (Rousseau et al., 1998). Pada konteks pertukaran/relasi layanan, definisi ini sering dipertegas sebagai kesediaan mengandalkan mitra pertukaran yang dianggap kredibel, sehingga penilaian “layak diandalkan” menjadi inti dari terbentuknya kepercayaan (Moorman et al., 1992).

Untuk menjelaskan struktur kepercayaan, model integratif yang paling banyak digunakan memecahnya ke dalam tiga atribut pihak yang dipercaya: *ability* (kapabilitas/kompetensi), *benevolence* (itikad baik), dan *integrity* (integritas/konsistensi pada prinsip) (Mayer et al., 1995). Sementara itu, pendekatan pemasaran relasional mengonseptualisasikan kepercayaan sebagai kondisi ketika satu pihak memiliki keyakinan atas reliabilitas dan integritas mitra pertukaran yang pada praktiknya membuat relasi jangka panjang terasa rasional sekaligus aman (Morgan & Hunt, 1994). Dua perangkat konseptual ini berguna untuk penelitian zakat karena lembaga zakat diposisikan sebagai “pihak pengelola amanah” yang kualitas kompetensi, integritas, dan itikad baiknya dinilai sebelum muzakki memutuskan menyalurkan zakat melalui kanal formal (Moorman et al., 1992; Mayer et al., 1995).

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, kepercayaan terhadap lembaga zakat paling masuk akal ditempatkan pada ranah *belief*, yakni keyakinan evaluatif mengenai apakah lembaga dipandang dapat dipercaya untuk mengelola dan menyalurkan dana sesuai tujuan syariah. VBN menempatkan perilaku sebagai keluaran dari rangkaian nilai–keyakinan–norma pribadi, tetapi juga mengakui peran kondisi yang memfasilitasi atau menghambat aktualisasi perilaku (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Kepercayaan bekerja di titik krusial itu: ketika norma pribadi untuk menunaikan zakat telah ada, keputusan menyalurkan melalui lembaga formal tetap memerlukan keyakinan bahwa lembaga tidak akan menyimpang dari amanah. Logika ini sejalan dengan *Norm Activation Model* yang menekankan bahwa norma pribadi menguat ketika individu menyadari konsekuensi (*awareness of consequences*) dan

mengatribusikan tanggung jawab (*ascription of responsibility*) secara personal (Schwartz, 1977); kepercayaan pada lembaga membantu “menutup celah keraguan” yang kerap mengganggu proses aktivasi norma menjadi tindakan (Schwartz, 1977; Stern, 2000).

Dalam konteks ekonomi syariah, lembaga zakat dapat dipahami sebagai institusi keuangan sosial Islam yang bertumpu pada legitimasi syariah sekaligus tata kelola. Secara regulatif, pengelolaan zakat di Indonesia ditegaskan harus berasaskan syariat Islam, amanah, dan akuntabilitas yakni prinsip yang secara konseptual bersisian langsung dengan pembentukan trust (UU RI Nomor 23 Tahun 2011). Literatur empiris juga menunjukkan bahwa kepercayaan sering tampil sebagai mekanisme penghubung: kualitas layanan, religiusitas, digitalisasi, maupun pengetahuan dapat memperkuat preferensi/keputusan berzakat melalui institusi formal ketika trust terbentuk sebagai keyakinan yang stabil (Stern, 2000).

Batasan konseptual kepercayaan perlu dibuat tegas agar tidak tumpang tindih dengan religiusitas dan pengetahuan zakat. Dalam penelitian ini, kepercayaan terhadap lembaga zakat dirumuskan sebagai keyakinan pedagang bahwa lembaga zakat (misalnya BAZNAS/LAZ) memiliki kompetensi mengelola zakat secara profesional, memegang integritas/amanah dalam tata kelola, dan menunjukkan itikad baik dalam pelayanan serta pendistribusian; keyakinan tersebut tercermin pada persepsi reliabilitas, keterbukaan pelaporan, dan konsistensi lembaga menjalankan mandat syariah (Mayer et al., 1995). Rumusan ini juga selaras dengan literatur yang menempatkan faktor-faktor kelembagaan sebagai determinan pilihan menyalurkan zakat melalui lembaga,

sehingga trust tidak berdiri di ruang hampa, melainkan terbentuk dari sinyal tata kelola yang dapat dinilai muzakki (Afandi et al., 2022).

Landasan normatif Islam memberi konteks moral yang relevan ketika kepercayaan dibahas sebagai prasyarat penyaluran zakat melalui lembaga.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (Al-Qur’an: An-Nisa’ [4]:58)

Ayat ini menegaskan perintah menunaikan amanah; dalam tafsir Ibn Katsir, amanah dipahami mencakup kewajiban-kewajiban agama, termasuk seperti zakat, sehingga pengelolaan dana zakat secara amanah bukan isu administratif semata (Ibn Katsir). Dalam ayat lain, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمَانَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Al-Qur’an: Al-Anfal [8]:27)

Menurut Ibnu Katsir ayat ini memperingatkan larangan mengkhianati amanah, yang memperkuat tuntutan integritas pada pihak yang memegang titipan (Ibn Katsir) Pada level etika perilaku, ada sebuah hadits tentang tanda kemunafikan yang salah satunya “jika dipercaya ia berkhianat”, yang berbunyi:

عن أبي هريرة ، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب ، وإذا وعد أخلف، وإذاؤتمن خان. أخرجه البخاري

Artinya: Dari Abi Hurairah RA Rasulullah Shallahu'alaihi Wasallam berkata Tanda-tanda orang Munafiq ada tiga: Apabila berkata dusta, apabila

berjanji mengingkari, dan apabila diberi amanat berkhianat. Di riwayatkan oleh Imam Bukhari.

Hadits ini menerangkan membangun sensibilitas moral bahwa pengkhianatan amanah adalah pelanggaran serius, sehingga ekspektasi publik terhadap lembaga amil untuk menjaga trust memperoleh justifikasi normatif yang kuat (HR. al-Bukhari).

Temuan empiris pada literatur zakat memperlihatkan bahwa peran trust cenderung kuat, tetapi tidak selalu linear di setiap konteks. Studi yang dipetakan dalam tinjauan literatur menunjukkan kepercayaan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap kepatuhan zakat, bahkan kepercayaan dapat berperan sebagai mediator penting dalam menjelaskan kepatuhan pada lembaga formal (Hassan et al., 2023).

Dalam konteks lembaga zakat regional, keputusan menyalurkan ZIS juga ditunjukkan dipengaruhi oleh reputasi dan kepercayaan, bersama variabel kemudahan akses serta aspek keamanan/kenyamanan layanan (Hariyanto et al., 2025b). Namun ada pula studi yang menemukan kepercayaan institusional tidak signifikan terhadap kepatuhan, sementara variabel lain seperti akuntabilitas dan religiusitas lebih menentukan, menandakan bahwa trust dapat “kalah kuat” ketika tata kelola atau struktur kewajiban yang dianggap sudah final (Evriyenni et al., 2025). Gambaran agregatnya, tinjauan sistematis menempatkan kepercayaan sebagai salah satu determinan dominan sekaligus membuka ruang bahwa kekuatannya sensitif terhadap konteks kelembagaan dan sosial setempat (Alimusa et al., 2025).

Dengan demikian, kepercayaan terhadap lembaga zakat dapat diposisikan sebagai *belief* yang menjembatani dorongan normatif (kewajiban

zakat) menjadi keputusan saluran pembayaran (melalui Lembaga penelitian). Pada komunitas pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo, trust relevan karena keputusan ekonomi berlangsung dekat dengan risiko praktis yang dimana arus kas harian, kebutuhan modal kerja, dan pengalaman layanan sehingga keyakinan bahwa lembaga amanah dan konsisten, sebelum perilaku berzakat dilembagakan (Mayer et al., 1995; Stern, 2000). Dalam kerangka yang lebih luas, trust juga masuk akal dipertautkan dengan variabel moderasi kemudahan layanan lembaga zakat: semakin mudah akses pada layanan dan informasi lembaga (pelaporan, layanan, kanal pembayaran), semakin besar peluang muzakki membangun keyakinan berbasis pengalaman, bukan sekadar asumsi (Morgan & Hunt, 1994; UU No. 23 Tahun 2011).

6. *Decision-Making Theory* (Teori Pengambilan Keputusan)

Teori Pengambilan Keputusan atau *Decision-Making Theory* menjelaskan bahwa keputusan individu tidak selalu lahir dari proses rasional yang sempurna. Herbert A. Simon mengemukakan bahwa manusia mengambil keputusan dalam kondisi keterbatasan informasi, waktu, dan kemampuan kognitif. Melalui konsep *bounded rationality* atau rasionalitas terbatas, Simon menjelaskan bahwa individu cenderung mengambil keputusan berdasarkan informasi yang dianggap cukup, bukan berdasarkan informasi yang sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, keputusan yang diambil lebih sering diarahkan untuk mencapai hasil yang memuaskan (*satisficing*) daripada hasil yang paling optimal (*optimizing*) (March & Simon, 1958; Simon, 1955; Simon, 1957; Simon, 1966). Pandangan ini berbeda dari asumsi ekonomi klasik yang menempatkan manusia sebagai aktor yang selalu rasional secara penuh. Dalam konteks penelitian ini, teori pengambilan keputusan relevan karena pedagang pasar tradisional sering

menghadapi keterbatasan informasi, pencatatan usaha yang sederhana, keterbatasan waktu, serta kebutuhan modal kerja dalam menentukan keputusan membayar zakat perdagangan.

Berdasarkan perspektif tersebut, keputusan membayar zakat perdagangan dapat dipahami sebagai proses penetapan pilihan setelah pedagang menilai berbagai alternatif tindakan yang tersedia. Alternatif tersebut dapat berupa membayar atau belum membayar zakat, menentukan waktu pembayaran, menghitung besaran zakat, serta memilih cara pembayaran yang dianggap paling sesuai. Dalam literatur perilaku konsumen, keputusan dipahami sebagai tahap ketika individu menetapkan pilihan akhir setelah mengevaluasi informasi, preferensi, dan alternatif tindakan yang tersedia (Engel et al., 1995; Kotler & Keller, 2016; Schiffman & Wisenblit, 2019). Dengan demikian, keputusan membayar zakat perdagangan tidak dapat dipahami sebagai tindakan spontan, tetapi sebagai hasil dari proses pertimbangan yang melibatkan aspek keagamaan, pengetahuan, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, dan kondisi layanan yang tersedia.

Dalam penelitian ini, keputusan membayar zakat perdagangan didefinisikan sebagai tingkat kemantapan pedagang Muslim dalam menetapkan dan merealisasikan pembayaran zakat atas aktivitas perdagangan yang dijalankan. Variabel ini tidak hanya menggambarkan niat untuk membayar zakat, tetapi mencakup kesadaran terhadap kewajiban zakat perdagangan, pertimbangan terhadap ketentuan nisab dan haul, kesiapan menyisihkan harta usaha, ketepatan waktu pembayaran, serta konsistensi dalam menunaikan zakat perdagangan ketika syarat kewajiban zakat dianggap terpenuhi. Definisi ini

penting karena niat belum tentu selalu berubah menjadi tindakan aktual. Oleh sebab itu, keputusan membayar zakat dalam penelitian ini diposisikan lebih dekat dengan perilaku aktual daripada sekadar intensi atau keinginan membayar zakat (Ajzen, 1991; Saad & Haniffa, 2014; Cokrohadisumarto et al., 2020).

Dalam konteks zakat perdagangan, keputusan tersebut juga menuntut pemahaman teknis mengenai ketentuan zakat. Pedagang tidak hanya perlu memiliki dorongan religius untuk membayar zakat, tetapi juga perlu memahami objek zakat perdagangan, nisab, haul, cara perhitungan, serta waktu pembayaran yang tepat. Pemahaman ini penting karena zakat perdagangan memiliki karakteristik berbeda dari zakat penghasilan atau zakat profesi. Apabila pedagang tidak memahami dasar perhitungan dan syarat kewajibannya, maka keputusan membayar zakat dapat tertunda atau bahkan tidak dilakukan meskipun secara religius pedagang mengakui kewajiban zakat (Hafidhuddin, 2002; Puskas BAZNAS & Kemenag RI, 2020). Dengan demikian, keputusan membayar zakat perdagangan merupakan hasil interaksi antara dorongan moral-keagamaan dan pertimbangan kognitif-teknis yang membantu pedagang merealisasikan kewajiban zakat secara tepat.

Proses pengambilan keputusan tersebut juga dapat dijelaskan melalui tahapan keputusan konsumen. Model Engel–Blackwell–Miniard menjelaskan bahwa keputusan umumnya terbentuk melalui beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan atau masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, penetapan keputusan, dan perilaku pascakeputusan (Engel et al., 1995; Solomon, 2018). Dalam konteks zakat perdagangan, tahap pengenalan kebutuhan muncul ketika pedagang menyadari bahwa aktivitas perdagangannya berpotensi menimbulkan

kewajiban zakat. Setelah itu, pedagang mencari informasi mengenai ketentuan zakat melalui tokoh agama, sesama pedagang, lembaga zakat, media digital, atau pengalaman sosial di lingkungan pasar. Informasi tersebut kemudian dievaluasi dengan mempertimbangkan kemampuan ekonomi, pemahaman perhitungan zakat, kepercayaan terhadap lembaga zakat, serta kemudahan layanan pembayaran. Hasil dari proses evaluasi tersebut kemudian memengaruhi keputusan pedagang untuk membayar zakat perdagangan secara tepat waktu, menunda pembayaran, atau belum merealisasikan pembayaran zakat.

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, keputusan membayar zakat perdagangan dapat dipahami sebagai keluaran perilaku yang didorong oleh nilai, keyakinan, dan norma pribadi (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Nilai religius yang dimiliki pedagang membentuk keyakinan bahwa zakat perdagangan merupakan kewajiban syariah sekaligus instrumen sosial untuk membantu mustahik. Keyakinan tersebut kemudian dapat mengaktifkan norma pribadi berupa rasa tanggung jawab moral untuk menunaikan zakat. Namun, norma pribadi tidak selalu otomatis berubah menjadi tindakan apabila terdapat hambatan situasional, seperti kurangnya informasi, kerumitan prosedur, keterbatasan waktu, atau rendahnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat. Oleh karena itu, keputusan membayar zakat perdagangan perlu dipahami sebagai perilaku yang dipengaruhi oleh dorongan moral sekaligus kondisi praktis yang memungkinkan pedagang merealisasikan kewajiban tersebut (Schwartz, 1977; Stern, 2000).

Pada konteks pedagang pasar tradisional, keputusan membayar zakat perdagangan memiliki dua dimensi yang saling berkaitan. Dimensi pertama

bersifat normatif, yaitu apakah pedagang memandang zakat perdagangan sebagai kewajiban yang perlu ditunaikan ketika syarat-syaratnya terpenuhi. Dimensi kedua bersifat operasional, yaitu bagaimana pedagang merealisasikan kewajiban tersebut, termasuk memahami ketentuan zakat, menghitung kewajiban zakat, menentukan waktu pembayaran, menyisihkan harta usaha, dan memilih cara pembayaran yang dianggap sesuai. Dengan demikian, keputusan membayar zakat tidak hanya mencerminkan kesadaran keagamaan, tetapi juga menunjukkan kemampuan pedagang dalam menerjemahkan kesadaran tersebut menjadi tindakan nyata di tengah dinamika usaha harian.

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa keputusan atau perilaku membayar zakat dipengaruhi oleh kombinasi faktor individual, sosial, dan kelembagaan. Faktor-faktor seperti religiusitas, pengetahuan zakat, kepercayaan terhadap lembaga zakat, norma sosial, dan kondisi layanan berulang kali muncul sebagai determinan penting dalam perilaku kepatuhan zakat (Saad & Haniffa, 2014; Cokrohadisumarto et al., 2020; Alimusa et al., 2025). Kasri dan Sosianti (2023), misalnya, menemukan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat, pengaruh sosial, serta *facilitating conditions* yang merefleksikan kemudahan kanal dan dukungan layanan berperan dalam pembayaran zakat melalui platform digital. Sementara itu, Febrianti dan Noor (2024) menunjukkan bahwa transparansi dan kualitas layanan lembaga berkontribusi terhadap keputusan muzaki membayar zakat melalui institusi. Temuan-temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa keputusan membayar zakat perdagangan tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran religius, tetapi juga

oleh kualitas informasi, kepercayaan, lingkungan sosial, dan kemudahan layanan yang dirasakan oleh pedagang.

Berdasarkan uraian tersebut, keputusan membayar zakat perdagangan dalam penelitian ini diposisikan sebagai perilaku aktual yang terbentuk melalui proses evaluasi nilai, pengetahuan, norma sosial, kepercayaan, dan kondisi layanan. Secara operasional, keputusan ini tercermin pada kesadaran pedagang terhadap kewajiban zakat perdagangan, pertimbangan terhadap ketentuan nisab dan haul, kesiapan menyisihkan harta usaha, ketepatan waktu pembayaran, serta konsistensi dalam menunaikan zakat perdagangan. Dengan demikian, *Decision-Making Theory* digunakan untuk menjelaskan bagaimana pedagang membentuk keputusan secara rasional dalam batas tertentu, sedangkan VBN membantu menjelaskan bagaimana nilai dan norma keagamaan mendorong keputusan tersebut menjadi perilaku aktual. Dalam konteks ini, kemudahan layanan lembaga zakat menjadi kondisi penting yang dapat memperkuat proses perubahan dorongan internal, sosial, dan kelembagaan menjadi keputusan nyata dalam membayar zakat perdagangan.

7. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat

a. Konsep Kemudahan Layanan

Kemudahan layanan (*ease of service*) secara konseptual merujuk pada sejauh mana suatu sistem atau lembaga dapat diakses dan digunakan oleh penggunanya tanpa hambatan yang berarti, baik dari sisi prosedur, waktu, maupun upaya kognitif yang dibutuhkan. Dalam literatur perilaku pengguna, kemudahan sering dipahami melalui konsep *perceived ease of use*, yaitu sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem atau layanan tidak

memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Semakin rendah upaya yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan suatu layanan, semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk benar-benar memanfaatkan layanan tersebut.

Dalam konteks kualitas layanan secara lebih luas, kemudahan juga berkaitan erat dengan dimensi *access*, yaitu kemudahan untuk dihubungi dan didekati (*approachability*) oleh pengguna jasa (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Dimensi ini mencakup kemudahan dalam memperoleh informasi, kemudahan menjangkau lokasi layanan, serta kemudahan berinteraksi dengan penyedia jasa tanpa harus menunggu lama atau melalui prosedur yang berbelit. Dengan demikian, kemudahan layanan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis atau teknologi, tetapi juga dengan persepsi pengguna terhadap kesederhanaan proses memperoleh layanan tersebut.

Salah satu kerangka konseptual yang banyak dirujuk untuk menjelaskan kemudahan akses terhadap layanan adalah model lima dimensi aksesibilitas yang dikembangkan oleh Penchansky dan Thomas (1981), yang dikenal dengan istilah *the Five A's of Access*. Kelima dimensi tersebut meliputi: (1) *availability*, yaitu ketersediaan layanan dalam jumlah dan jenis yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pengguna; (2) *accessibility*, yaitu kesesuaian lokasi penyedia layanan dengan lokasi pengguna, termasuk jarak, waktu tempuh, dan sarana transportasi; (3) *accommodation*, yaitu kesesuaian cara penyelenggaraan layanan (jam operasional, sistem janji temu, prosedur) dengan kemampuan dan preferensi pengguna untuk menyesuaikan diri; (4) *affordability*, yaitu kesesuaian biaya layanan dengan kemampuan dan kemauan pengguna untuk membayar; dan (5) *acceptability*, yaitu kesesuaian antara

karakteristik penyedia layanan dengan harapan dan nilai-nilai yang dianut pengguna (Penchansky & Thomas, 1981). Meskipun kerangka ini awalnya dikembangkan dalam konteks pelayanan kesehatan, kelima dimensi tersebut bersifat generik dan telah banyak diadaptasi untuk menjelaskan aksesibilitas pada berbagai jenis layanan publik maupun layanan berbasis kepercayaan (*trust-based services*), termasuk layanan keuangan sosial-keagamaan seperti zakat.

Dalam konteks perilaku pembayaran zakat, kemudahan layanan tidak hanya dipahami sebagai kemudahan akses fisik atau penggunaan teknologi, tetapi juga sebagai upaya mengurangi hambatan yang dihadapi muzaki dalam memenuhi kewajiban zakat. Perspektif ini sejalan dengan teori biaya kepatuhan (*compliance cost*) dan pendekatan *behavioral public finance*.

b. Compliance Cost Theory

Konsep biaya kepatuhan (*compliance cost*) pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Sandford, Godwin, dan Hardwick (1989) serta diperkuat dalam karya Sandford (1995), yang mendefinisikan biaya kepatuhan sebagai seluruh biaya yang ditanggung oleh wajib pajak (atau secara lebih luas, pihak yang dikenai kewajiban tertentu) untuk memenuhi kewajibannya, di luar jumlah kewajiban itu sendiri. Biaya kepatuhan bersifat multidimensi dan tidak terbatas pada biaya finansial semata. Sandford (1995) mengklasifikasikan biaya kepatuhan ke dalam beberapa komponen utama, yaitu: (1) biaya administrasi (*administrative cost*), yakni biaya yang timbul dari proses pencatatan, pengisian formulir, dan pengurusan dokumen yang dipersyaratkan; (2) biaya waktu (*time cost*), yaitu waktu yang harus dialokasikan individu

untuk memahami ketentuan, menghitung kewajiban, dan menyelesaikan prosedur; (3) biaya informasi (*information cost*), yaitu upaya dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencari, memahami, dan mengakses informasi yang relevan mengenai kewajiban yang harus dipenuhi; serta (4) biaya psikologis (*psychological cost*), yaitu tekanan, kecemasan, atau ketidaknyamanan emosional yang dirasakan individu akibat kerumitan atau ketidakpastian prosedur kepatuhan.

Evans (2003) memperluas kajian biaya kepatuhan dengan menekankan bahwa biaya tersebut bersifat regresif, artinya beban biaya kepatuhan secara proporsional lebih besar dirasakan oleh individu atau pelaku usaha berskala kecil dibandingkan dengan pelaku usaha besar, karena keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan akses terhadap bantuan profesional. Sejalan dengan itu, OECD (2021) dalam laporannya mengenai administrasi kepatuhan menegaskan bahwa kompleksitas prosedur dan tingginya biaya kepatuhan merupakan salah satu hambatan struktural utama yang menurunkan tingkat kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*), sehingga penyederhanaan sistem dan digitalisasi layanan menjadi strategi penting untuk menekan biaya kepatuhan secara signifikan.

Dalam konteks perpajakan, hubungan antara biaya kepatuhan dan perilaku kepatuhan wajib pajak telah banyak dibuktikan secara empiris. Semakin tinggi biaya kepatuhan yang dirasakan wajib pajak, baik dalam bentuk waktu, biaya administrasi, maupun kerumitan prosedural, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak untuk menunda, mengabaikan, atau bahkan menghindari kewajiban perpajakannya (Evans, 2003; OECD, 2021).

Hubungan ini bersifat berbanding terbalik: peningkatan biaya kepatuhan berkorelasi dengan penurunan tingkat kepatuhan, karena biaya tersebut pada dasarnya berfungsi sebagai disinsentif yang mengurangi manfaat bersih (*net benefit*) yang dirasakan individu dari perilaku patuh. Logika ini relevan tidak hanya dalam konteks perpajakan, tetapi juga dalam konteks kewajiban finansial lain yang bersifat sukarela maupun semi-wajib, termasuk zakat.

Meskipun zakat secara fikih maupun yuridis berbeda dengan pajak, baik dari sisi landasan filosofis, sifat kewajiban, maupun mekanisme penegakannya, perilaku pembayaran zakat memiliki karakteristik yang serupa dengan kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) sebagaimana dijumpai dalam literatur perpajakan. Kesamaan ini terletak pada fakta bahwa baik zakat maupun pajak sama-sama mensyaratkan individu untuk melakukan serangkaian tindakan, seperti menghitung kewajiban, mencari saluran pembayaran yang sah, dan menyelesaikan prosedur administratif, sebelum kewajiban tersebut benar-benar ditunaikan.

Dalam konteks zakat perdagangan, sejumlah hambatan dapat diidentifikasi sebagai bentuk biaya kepatuhan yang dihadapi muzaki, antara lain: kesulitan menghitung nisab, haul, dan kadar zakat atas harta dagang yang dimiliki; kesulitan mencari dan memilih lembaga zakat yang dapat dipercaya; biaya transportasi dan waktu tempuh untuk menjangkau lokasi lembaga zakat; rumitnya prosedur administratif pembayaran; serta alokasi waktu yang harus dikorbankan pedagang di tengah aktivitas usaha hariannya. Seluruh hambatan tersebut, baik yang bersifat finansial, temporal, informasional, maupun psikologis, pada dasarnya merupakan manifestasi dari biaya kepatuhan

(*compliance cost*) sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Sandford (1995) dan Evans (2003), yang apabila tidak dikelola dengan baik berpotensi menjadi penghambat keputusan pedagang Muslim dalam menunaikan zakat perdagangan.

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, kemudahan layanan yang disediakan oleh lembaga zakat dapat dipahami sebagai instrumen strategis untuk menekan biaya kepatuhan yang dihadapi muzaki. Layanan yang mudah diakses, prosedur yang sederhana, serta dukungan informasi yang memadai akan mengurangi biaya waktu, biaya informasi, dan biaya psikologis yang selama ini menjadi hambatan dalam proses pembayaran zakat. Sejalan dengan prinsip yang dikemukakan OECD (2021), penurunan biaya kepatuhan melalui penyederhanaan dan digitalisasi layanan akan meningkatkan probabilitas individu untuk patuh secara sukarela. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan layanan yang dirasakan pedagang, semakin rendah biaya kepatuhan yang harus ditanggung, sehingga semakin besar pula kecenderungan pedagang untuk merealisasikan keputusan membayar zakat perdagangan.

c. **Behavioural Nudges**

Pendekatan *behavioural public finance* berangkat dari premis bahwa perilaku ekonomi individu, termasuk dalam konteks kepatuhan terhadap kewajiban finansial, tidak sepenuhnya rasional sebagaimana diasumsikan dalam teori ekonomi klasik. Thaler dan Sunstein (2008) menunjukkan bahwa keputusan individu sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non-rasional, seperti tingkat kemudahan dalam mengambil suatu tindakan (*ease*), kebiasaan (*habit*), pilihan yang ditetapkan sebagai standar (*default option*), serta pengingat

(*reminder*) yang hadir pada momen pengambilan keputusan. Individu cenderung memilih jalur yang membutuhkan usaha kognitif paling sedikit (*path of least resistance*), sehingga perubahan kecil pada cara penyajian pilihan atau prosedur dapat menghasilkan perubahan perilaku yang signifikan tanpa perlu mengubah insentif ekonomi secara substansial (Thaler & Sunstein, 2008).

Berdasarkan kerangka tersebut, Thaler dan Sunstein (2008) memperkenalkan konsep *nudge*, yaitu intervensi ringan yang mengarahkan perilaku individu ke arah tertentu tanpa membatasi pilihan (*choice architecture*) maupun memberikan insentif ekonomi yang signifikan. *Nudge* bekerja dengan menyederhanakan proses pengambilan keputusan, mengurangi friksi (*friction*), dan memanfaatkan kecenderungan psikologis individu untuk memilih opsi yang paling mudah dijangkau. Dalam konteks layanan keuangan dan filantropi modern, sejumlah bentuk *nudge* telah banyak diterapkan untuk mendorong perilaku pembayaran, antara lain: penyediaan kanal pembayaran berbasis kode QR (*QRIS zakat*); aplikasi pembayaran zakat berbasis telepon seluler (*mobile zakat*); layanan penjemputan zakat langsung ke lokasi muzaki (*jemput zakat*); pengingat pembayaran melalui pesan instan seperti WhatsApp; fasilitas pendebitan otomatis (*auto debit*); serta layanan konsultasi daring (*online consultation*). Seluruh instrumen tersebut merupakan bentuk konkret dari *behavioural nudges* karena bekerja dengan menyederhanakan dan mendekatkan proses pembayaran kepada individu, bukan dengan mengubah besaran kewajiban atau memberikan insentif finansial secara langsung.

Penerapan *behavioural nudges* dalam pengelolaan zakat dapat dipahami sebagai strategi kelembagaan untuk membuat proses pembayaran

zakat menjadi lebih sederhana, lebih cepat, dan lebih nyaman bagi muzaki. Lembaga zakat yang mengadopsi pendekatan ini secara tidak langsung mengurangi hambatan-hambatan yang telah diuraikan dalam kerangka *compliance cost* pada subbab sebelumnya, sekaligus memanfaatkan kecenderungan perilaku non-rasional individu, seperti preferensi terhadap kemudahan dan respons terhadap pengingat, untuk mendorong realisasi pembayaran zakat secara lebih konsisten. Dengan demikian, kemudahan layanan lembaga zakat tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas administratif, tetapi juga dapat dipahami sebagai instrumen *nudge* yang secara strategis dirancang untuk meningkatkan kepatuhan muzaki dalam menunaikan zakat perdagangan.

d. Kemudahan Layanan dalam Perspektif Manajemen Syariah

Selain dapat dijelaskan melalui kerangka biaya kepatuhan dan *behavioural public finance*, kemudahan layanan juga relevan dikaji dari perspektif manajemen syariah, khususnya dalam kaitannya dengan kualitas layanan (*service quality*), pengalaman pelanggan (*customer experience*), dan pemasaran jasa berbasis nilai keislaman (*Islamic service marketing*). Dalam kerangka *service quality*, kemudahan layanan merupakan salah satu dimensi penting yang memengaruhi penilaian pengguna terhadap kualitas suatu lembaga jasa, sebagaimana ditegaskan dalam dimensi *access* pada model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985). Dalam konteks lembaga zakat, kemudahan layanan menjadi cerminan dari profesionalisme dan orientasi lembaga terhadap kebutuhan muzaki sebagai pengguna layanan.

Dari perspektif *Islamic service marketing*, lembaga zakat tidak hanya dituntut untuk menjalankan fungsi keagamaan, tetapi juga dituntut untuk menghadirkan pengalaman layanan yang berkualitas, sejalan dengan prinsip *ihsan* (berbuat baik secara optimal) dalam pengelolaan amanah umat. Pengalaman pelanggan yang positif, yang dibentuk antara lain melalui kemudahan akses, kecepatan layanan, dan kenyamanan prosedur, berkontribusi pada peningkatan kepuasan (*satisfaction*) muzaki terhadap lembaga zakat. Kepuasan ini selanjutnya menjadi fondasi bagi terbentuknya kepercayaan (*trust*) muzaki terhadap kredibilitas dan profesionalisme lembaga pengelola zakat. Pada akhirnya, kombinasi antara kepuasan dan kepercayaan yang terbentuk melalui kemudahan layanan berkontribusi pada peningkatan kepatuhan (*compliance*) muzaki dalam menunaikan kewajiban zakatnya secara berkelanjutan. Dengan demikian, kemudahan layanan dalam perspektif manajemen syariah dapat dipahami sebagai variabel strategis yang menjembatani kualitas layanan kelembagaan dengan terbentuknya perilaku kepatuhan zakat yang berkesinambungan.

C. Hubungan Antar Variabel

Kerangka hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dibangun dengan bertolak dari *Value–Belief–Norm (VBN)* yang menjelaskan perilaku bermuatan moral sebagai hasil rangkaian nilai–keyakinan–norma pribadi yang kemudian menuntun tindakan (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Dalam perspektif ini, keputusan membayar zakat perdagangan dipahami sebagai perilaku yang relatif “dekat” dengan norma pribadi, tetapi tetap sensitif terhadap kondisi pemungkin dan hambatan situasional sejalan dengan logika aktivasi norma yang menekankan peran

kesadaran konsekuensi dan tanggung jawab personal (Schwartz, 1977; Stern, 2000).

Kerangka utama yang dipakai adalah *Value–Belief–Norm (VBN)*, yang menjelaskan bahwa perilaku bermuatan moral lahir dari rangkaian nilai (*value*) yang membentuk keyakinan (*belief*), kemudian mengaktifkan norma pribadi (*personal norm*) sebagai rasa kewajiban internal yang mendorong tindakan (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Bukti dalam *literature review* juga menunjukkan bahwa determinan seperti religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, norma subjektif, dan kendali perilaku sering muncul sebagai faktor dominan kepatuhan zakat lintas studi (Alimusa et al., 2025).

1. Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat

Religiusitas dipahami sebagai tingkat keterikatan dan komitmen individu pada ajaran agama yang tercermin secara multidimensi dalam keyakinan (*ideological*), praktik ritual/ibadah (*ritualistic*), pengalaman religius (*experiential*), pengetahuan keagamaan (*intellectual*), serta konsekuensi moral dalam perilaku sehari-hari (*consequential*) (Glock & Stark, 1965). Dalam konteks pedagang Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo, religiusitas relevan secara operasional karena zakat perdagangan merupakan perintah syariah yang menuntut kepatuhan nyata: pedagang tidak hanya “setuju” secara normatif, tetapi harus mengambil keputusan aktual untuk menyisihkan sebagian harta/keuntungan, menilai kelayakan (misalnya telah mencapai nishab), dan menunaikannya melalui mekanisme yang dianggap sah. Pada lingkungan pasar tradisional yang ditandai transaksi tunai, pencatatan sederhana, serta fluktuasi pendapatan harian, religiusitas cenderung meningkatkan kepatuhan pada

perintah syariah, rasa tanggung jawab moral (amanah), dan konsistensi ibadah sosial, sehingga mendorong realisasi pembayaran. Dengan demikian, religiusitas diduga memengaruhi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

Secara teoritis, pengaruh religiusitas dapat dijelaskan melalui kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)* yang menekankan rantai nilai–keyakinan–norma pribadi sebagai pendorong perilaku kepatuhan. Religiusitas memperkuat nilai keagamaan (ketaatan, kepedulian sosial) dan keyakinan tentang kewajiban zakat serta akuntabilitas ukhrawi, sehingga membentuk *personal norm* rasa “wajib secara pribadi” untuk menunaikan zakat meskipun tidak selalu diawasi pihak lain (Stern, 2000). Pada saat yang sama, *Decision-Making Theory* berbasis *bounded rationality* menegaskan bahwa pedagang sering mengambil keputusan di bawah keterbatasan informasi, waktu, dan biaya transaksi; mereka cenderung memilih opsi yang “cukup memadai” (*satisficing*) daripada yang paling optimal (Simon, 1957). Dalam situasi ini, religiusitas berfungsi sebagai heuristik moral yang menyederhanakan evaluasi alternatif (membayar atau menunda/tidak membayar; membayar melalui lembaga amil atau menyalurkan langsung) dan menurunkan ambiguitas perhitungan maupun keraguan atas manfaat. Secara kausal, religiusitas yang tinggi memperkuat norma/komitmen moral, sehingga keputusan membayar zakat menjadi lebih mantap dan konsisten meskipun menghadapi tekanan kebutuhan modal harian.

Menurut Yasin et al. (2022), religiusitas merupakan variabel yang signifikan dalam menjelaskan kepatuhan muzakki membayar zakat, menandakan bahwa faktor iman dan komitmen keagamaan berhubungan

dengan perilaku pembayaran, bukan sekadar niat. Temuan tersebut sejalan dengan Firdaus et al. (2024) yang melaporkan pengaruh signifikan religiusitas terhadap kepatuhan zakat serta peningkatan kesadaran zakat, dan diperkuat oleh Rosmiyah et al. (2025) yang menemukan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pembayaran zakat perdagangan pada konteks pelaku usaha/ekonomi riil. Secara mekanistik, religiusitas meningkatkan rasa kewajiban (*sense of obligation*), kesadaran akan konsekuensi moral (takut lalai dan dorongan mencari keberkahan), serta kepercayaan pada ketentuan syariah; kombinasi ini mendorong pedagang pasar tradisional merealisasikan pembayaran secara lebih rutin dan tidak mudah ditunda. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis:

H1: Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.

2. Hubungan Pengetahuan terhadap Keputusan Membayar Zakat

Pengetahuan zakat adalah kapasitas individu memahami ketentuan zakat dan menerapkannya dalam perilaku pembayaran, mencakup pengetahuan jenis/objek zakat, cara menghitung, dan menyalurkannya sesuai syariah (Malik et al., 2024). Dalam Indeks Pengetahuan zakat, Puskas BAZNAS bersama Kementerian Agama RI membedakan literasi menjadi pemahaman dasar dan lanjutan; indikatornya meliputi pemahaman kewajiban, asnaf, penghitungan, objek zakat, serta institusi/regulasi Puskas BAZNAS & Kementerian Agama RI, 2020). Bagi pedagang Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo dengan pencatatan sederhana dan pendapatan harian fluktuatif pengetahuan zakat penting karena kebingungan teknis (misalnya soal nishab/haul dan basis

perhitungan) mudah berujung pada penundaan. Karena itu, pengetahuan zakat diduga memengaruhi keputusan aktual membayar zakat perdagangan.

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, pengetahuan zakat memperkuat *belief* karena pemahaman fiqh zakat membantu pedagang mengaitkan harta usaha dengan konsekuensi syariah dan tanggung jawab sosial, sehingga terbentuk *personal norm* rasa wajib internal untuk menunaikan zakat sebagai ibadah sosial yang harus direalisasikan (Stern, 2000). Selaras dengan *Decision-Making Theory* berbasis *bounded rationality*, keputusan pedagang pasar tradisional berlangsung di bawah keterbatasan informasi, kapasitas kognitif, dan waktu, sehingga mengandalkan aturan praktis dan memilih opsi yang “cukup memadai” (Tsaoussi & Zervogianni, 2010). Dalam kondisi tersebut, pengetahuan zakat berfungsi sebagai “heuristik kognitif” yang menurunkan ambiguitas: pedagang lebih cepat menilai alternatif (membayar atau menunda; melalui lembaga atau langsung) dan mengurangi biaya transaksi keputusan. Dengan demikian, pengetahuan zakat tinggi → *belief* dan norma pribadi lebih jelas → keputusan membayar zakat perdagangan lebih mantap dan konsisten.

Menurut Yasin et al. (2022), pengetahuan (*knowledge*) merupakan variabel yang signifikan dalam menjelaskan kepatuhan membayar zakat, sehingga pemahaman aturan zakat berasosiasi dengan perilaku pembayaran yang nyata. Temuan tersebut sejalan dengan Saad et al. (2020) yang menunjukkan pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat, serta Malik et al. (2024) yang membuktikan pengetahuan zakat dan *awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepatuhan pembayaran zakat. Secara mekanistik, pengetahuan zakat meningkatkan rasa kewajiban, kesadaran konsekuensi moral ketika menunda kewajiban, dan kepercayaan pada ketentuan syariah, sekaligus mengurangi keraguan teknis yang lazim pada pedagang pasar tradisional. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis:

H2: Pengetahuan zakat berpengaruh positif terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.

3. Hubungan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat

Lingkungan sosial didefinisikan sebagai jejaring relasi dan keterikatan sosial yang melekat pada individu dalam konteks sosial-budaya tertentu, yang bekerja melalui fungsi dukungan sosial, pengaruh sosial (*social influence*), keterlibatan sosial, serta akses terhadap sumber daya dan informasi (Berkman et al., 2000). Dalam jejaring tersebut, norma sosial menjadi perangkat pengarah perilaku, terutama melalui dua bentuk utama: norma deskriptif (apa yang “umumnya dilakukan” orang sekitar) dan norma injunktif (apa yang “seharusnya” dilakukan/dianggap pantas) (McDonald & Crandall, 2015). Secara operasional pada pedagang Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo, lingkungan sosial tercermin pada pengaruh keluarga, rekan sesama pedagang, tokoh agama/amil, pelanggan tetap, serta komunitas pasar yang membentuk ekspektasi, reputasi, dan arus informasi terkait cara menghitung serta menyalurkan zakat perdagangan. Karena aktivitas pasar bersifat intens, berulang, dan berjejaring, lingkungan sosial berpotensi menjadi konteks kunci yang menguatkan atau melemahkan keputusan aktual pedagang untuk benar-benar membayar zakat perdagangan.

Dalam kerangka *Value-Belief-Norm (VBN)*, perilaku pro-sosial/keagamaan dipahami lahir dari rantai nilai dan keyakinan yang mengaktifkan norma pribadi (*personal norm*), yaitu rasa kewajiban internal untuk bertindak konsisten dengan nilai yang diyakini (Stern et al., 1999). Lingkungan sosial yang religius dan suportif (misalnya adanya teladan pedagang yang rutin berzakat, pengingat dari tokoh pasar/ustaz, serta ekspektasi komunitas) memperkuat keyakinan bahwa zakat perdagangan adalah kewajiban yang patut ditunaikan, sehingga norma sosial yang beredar lebih mudah terinternalisasi menjadi norma pribadi. Pada saat yang sama, *Decision-Making Theory* berbasis *bounded rationality* menekankan bahwa keputusan nyata sering diambil dalam keterbatasan pengetahuan, kapasitas menghitung, waktu, dan biaya transaksi (Simon, 1957). Dalam kondisi pedagang pasar yang sibuk dan pencatatan usaha sering tidak rapi, lingkungan sosial berfungsi sebagai “jalan pintas” keputusan: pedagang meniru praktik yang lazim (*social proof*), mengikuti rujukan tepercaya (ketua paguyuban/amil), dan memakai aturan praktis yang mengurangi ambiguitas (mis. kapan mulai menghitung haul dan ke mana menyalurkan). Dengan demikian, lingkungan sosial yang kuat dan mendukung → keyakinan dan ekspektasi normatif menguat → norma pribadi terbentuk/teraktivasi → keputusan membayar zakat perdagangan menjadi lebih mantap dan konsisten secara aktual.

Menurut Faisal dan Sari (2025), variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat, menunjukkan bahwa dukungan/tekanan normatif dari sekitar dapat mendorong realisasi

pembayaran. Sejalan dengan itu, Amelia dan Jamilah (2022) menemukan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Bukti lain menegaskan peran dimensi normatif-lingkungan: studi Nopiardo et al. (2025) menunjukkan norma subjektif memengaruhi minat, dan minat tersebut berpengaruh pada perilaku (*behavior*) membayar zakat melalui institusi. Secara mekanistik pada pedagang pasar tradisional, lingkungan sosial meningkatkan rasa kewajiban (karena ada teladan dan ekspektasi kolektif), meningkatkan kesadaran konsekuensi moral-sosial (mis. rasa tidak enak hati/khawatir dianggap abai), serta memperkuat kepercayaan pada ketentuan syariah dan saluran pembayaran (melalui rekomendasi figur tepercaya), sehingga mendorong pembayaran zakat perdagangan benar-benar terjadi, bukan berhenti pada niat.

H3: Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.

4. Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Membayar Zakat

Kepercayaan kepada lembaga pengelola zakat dapat dipahami sebagai kesiapan pihak muzakki untuk “menerima kerentanan” (misalnya menyerahkan dana dan data) berdasarkan ekspektasi positif bahwa lembaga akan mengelola dan menyalurkan dana secara benar, meskipun muzakki tidak selalu mampu memantau penuh prosesnya (Mayer et al., 1995; Rousseau et al., 1998). Dalam model Mayer, kepercayaan ditopang oleh persepsi *ability* (kompetensi), *benevolence* (itikad baik), dan *integrity* (kejujuran/konsistensi nilai) dari pihak yang dipercaya (Mayer et al., 1995) serta dilihat sebagai fondasi relasi berkelanjutan dalam pertukaran (Morgan & Hunt, 1994). Bagi

pedagang Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo, variabel ini relevan secara operasional karena keputusan membayar zakat perdagangan adalah keputusan aktual yang melibatkan pelepasan sebagian aset/keuntungan pada saat kebutuhan modal harian sering mendesak; pedagang akan lebih mantap membayar ketika yakin dana dikelola transparan, tepat sasaran, dan sesuai ketentuan syariah. Kepercayaan juga menentukan pilihan saluran pembayaran (melalui BAZNAS/LAZ/UPZ atau menyalurkan langsung), yang pada praktiknya memengaruhi keteraturan dan realisasi pembayaran zakat perdagangan.

Dalam kerangka *Value–Belief–Norm (VBN)*, kepercayaan berperan memperkuat *belief* bahwa lembaga zakat adalah institusi yang sah, amanah, dan efektif menyalurkan zakat kepada asnaf, sehingga nilai keagamaan tentang keadilan sosial dan penyucian harta lebih mudah terkonversi menjadi *personal norm* (rasa wajib internal) untuk menunaikan zakat secara benar, bukan sekadar “memberi” secara sporadis (Stern, 2000). Ketika norma pribadi teraktivasi, pedagang cenderung menilai pembayaran zakat sebagai kewajiban yang harus dipenuhi walau tidak ada pengawasan langsung. Selaras dengan *Decision-Making Theory* berbasis *bounded rationality*, pedagang pasar mengambil keputusan di bawah keterbatasan waktu, informasi akuntansi, dan biaya transaksi (misalnya menghitung nishab/haul, mencari amil tepercaya, memastikan bukti penyaluran), sehingga kepercayaan berfungsi sebagai “heuristik pengurang ketidakpastian” yang menekan risiko persepsi dan biaya pencarian informasi; ini membuat opsi membayar zakat menjadi lebih sederhana, layak, dan konsisten dipilih dalam praktik (Simon, 1957). Temuan

pemetaan literatur juga menguatkan bahwa kepercayaan sering muncul sebagai determinan dominan kepatuhan zakat (Alimusa et al., 2025)

Menurut Elpina, dan Lubis (2022), kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat melalui BAZNAS, menunjukkan bahwa keyakinan pada integritas dan transparansi lembaga mendorong keputusan pembayaran yang nyata. Temuan tersebut sejalan dengan Utami et al. (2021) yang membuktikan bahwa trust memengaruhi *zakat compliance behavior* (perilaku kepatuhan pembayaran), sehingga faktor kepercayaan tidak berhenti pada preferensi, tetapi berkontribusi pada realisasi pembayaran. Bukti lain dari Febriandika et al. (2023) menegaskan trust sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran zakat pada institusi zakat formal. Secara mekanistik, kepercayaan meningkatkan rasa aman dan kewajiban untuk menunaikan zakat, menurunkan keraguan moral (“apakah dana benar disalurkan?”), serta menguatkan keyakinan bahwa pembayaran melalui kanal yang tepercaya tetap sesuai syariah; pada konteks pedagang pasar tradisional, ini penting untuk mencegah penundaan karena ketidakpastian dan mendorong pembayaran yang berulang.

H4: Kepercayaan kepada Lembaga Pengelola Zakat berpengaruh positif terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan.

5. Peran Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat pada Hubungan Variabel Independen terhadap Keputusan Membayar Zakat

Kemudahan layanan lembaga zakat dapat dipahami sebagai persepsi pedagang bahwa layanan zakat yang disediakan oleh lembaga zakat mudah dipahami, mudah dijangkau, mudah digunakan, tidak rumit, dan tidak

memberatkan. Kemudahan ini tidak hanya berkaitan dengan jarak atau keberadaan lembaga zakat, tetapi juga mencakup kemudahan memperoleh informasi, kemudahan memahami prosedur, kemudahan menggunakan kanal pembayaran, kemudahan memperoleh bantuan atau konsultasi, serta kemudahan mendapatkan bukti pembayaran zakat. Dalam konteks pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo, kemudahan layanan menjadi penting karena pedagang memiliki ritme kerja yang padat, keterbatasan waktu, kebiasaan transaksi harian, serta tingkat pemahaman zakat perdagangan yang beragam. Oleh karena itu, layanan zakat yang sederhana, cepat, dekat, dan mudah digunakan dapat membantu pedagang dalam merealisasikan keputusan membayar zakat perdagangan.

Kemudahan layanan lembaga zakat dipilih sebagai variabel moderasi karena keputusan membayar zakat perdagangan tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti religiusitas dan pengetahuan, atau faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan kepercayaan terhadap lembaga zakat, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi praktis yang memungkinkan pedagang untuk bertindak. Seorang pedagang yang memiliki kesadaran religius dan memahami kewajiban zakat belum tentu langsung membayar zakat apabila prosedur pembayaran dianggap sulit, informasi tidak jelas, atau tidak tersedia kanal layanan yang mudah digunakan. Sebaliknya, ketika layanan zakat mudah dipahami dan mudah diakses, dorongan internal maupun sosial akan lebih mudah berubah menjadi keputusan nyata untuk membayar zakat perdagangan.

Secara konseptual, moderasi menunjukkan bahwa suatu variabel dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan

variabel dependen. Penelitian ini menempatkan kemudahan layanan sebagai kondisi pendukung yang dapat meningkatkan efektivitas faktor religiusitas, pemahaman zakat, pengaruh sosial, serta kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam membentuk keputusan pembayaran zakat perdagangan. Logika ini sejalan dengan *Decision-Making Theory* yang menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengevaluasi pilihan yang tersedia, akses terhadap informasi, serta hambatan praktis yang dihadapi saat menentukan tindakan (Simon, 1955; Simon, 1957). Dalam konteks ini, kemudahan layanan dapat mengurangi hambatan praktis, seperti keterbatasan waktu, kebingungan prosedur, kurangnya informasi, dan kesulitan memilih saluran pembayaran zakat.

Selain itu, peran kemudahan layanan juga dapat dijelaskan melalui kerangka *Value–Belief–Norm Theory*. VBN menjelaskan bahwa perilaku individu lahir dari interaksi antara sistem nilai, keyakinan personal, norma internal, dan situasi pendukung yang memungkinkan tindakan tersebut diwujudkan secara nyata (Stern, 2000; Stern et al., 1999). Dalam konteks zakat perdagangan, pedagang yang memiliki nilai religius, pengetahuan zakat, dorongan sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat tetap membutuhkan kondisi layanan yang mudah agar keputusan membayar zakat dapat dilaksanakan secara nyata. Dengan demikian, kemudahan layanan lembaga zakat berperan sebagai faktor yang dapat memperkuat proses perubahan dorongan moral dan sosial menjadi tindakan pembayaran zakat.

Mekanisme moderasi kemudahan layanan lembaga zakat dapat dijelaskan melalui beberapa hubungan. Pertama, kemudahan layanan dapat

memperkuat pengaruh religiusitas terhadap keputusan membayar zakat. Pedagang yang memiliki kesadaran agama tinggi akan lebih mudah merealisasikan kewajiban zakat apabila informasi, prosedur, dan saluran pembayaran zakat tersedia secara mudah. Kedua, kemudahan layanan dapat memperkuat pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan membayar zakat. Pemahaman pedagang mengenai nisab, haul, objek zakat, dan cara menghitung zakat akan lebih mudah diterapkan apabila lembaga zakat menyediakan layanan konsultasi, informasi yang jelas, serta kanal pembayaran yang sederhana. Ketiga, kemudahan layanan dapat memperkuat pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan membayar zakat. Dorongan keluarga, tokoh agama, atau sesama pedagang akan lebih efektif apabila tersedia fasilitas pembayaran zakat yang mudah digunakan di sekitar lingkungan pedagang. Keempat, kemudahan layanan dapat memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan membayar zakat. Kepercayaan pedagang kepada lembaga zakat akan lebih mudah berubah menjadi tindakan apabila lembaga tersebut menyediakan layanan yang jelas, cepat, ramah, dan memberikan bukti pembayaran yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dukungan empiris mengenai pentingnya kemudahan layanan dalam pembayaran zakat dapat ditemukan dalam beberapa penelitian terdahulu. Annahl et al. (2021) memasukkan *perceived ease of use* sebagai salah satu faktor yang menjelaskan alasan muzaki membayar zakat melalui institusi zakat. Kasri dan Sosianti (2023) juga menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, *social influence*, *trust in zakat institutions*, *zakat literacy*, dan *Islamic religiosity* berperan dalam menjelaskan niat membayar zakat secara

online. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan layanan tidak hanya berkaitan dengan akses fisik, tetapi juga mencakup kemudahan prosedur, ketersediaan fasilitas, dukungan informasi, dan kemudahan penggunaan kanal pembayaran zakat. Selain itu, penelitian tentang zakat melalui lembaga menunjukkan bahwa kepercayaan, pengetahuan, dan persepsi terhadap lembaga zakat menjadi faktor penting dalam mendorong muzaki untuk menyalurkan zakat melalui institusi formal (Bin-Nashwan et al., 2021; Cokrohadisumarto et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan teoretis dan dukungan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menempatkan kemudahan layanan lembaga zakat sebagai variabel moderasi. Artinya, kemudahan layanan diasumsikan dapat memperkuat pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan. Semakin mudah layanan lembaga zakat dipahami, dijangkau, dan digunakan, semakin besar peluang pedagang untuk mengubah kesadaran, pemahaman, dorongan sosial, dan kepercayaan menjadi tindakan nyata dalam membayar zakat perdagangan.

Dengan demikian, hipotesis moderasi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. **H1:** Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
2. **H2:** Pengetahuan zakat berpengaruh positif terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

3. **H3:** Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
4. **H4:** Kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh positif terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
5. **H5a:** Kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
6. **H5b:** Kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
7. **H5c:** Kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.
8. **H5d:** Kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

Pada akhirnya, seluruh hubungan yang dirumuskan dalam penelitian ini mengarah pada satu logika model: religiusitas berfungsi sebagai sumber nilai, pengetahuan zakat sebagai dasar kognitif, lingkungan sosial sebagai penguat norma sosial, dan kepercayaan sebagai keyakinan institusional, sedangkan kemudahan layanan lembaga zakat bertindak sebagai kondisi pemungkin yang memperkuat konversi faktor-faktor tersebut menjadi keputusan aktual pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

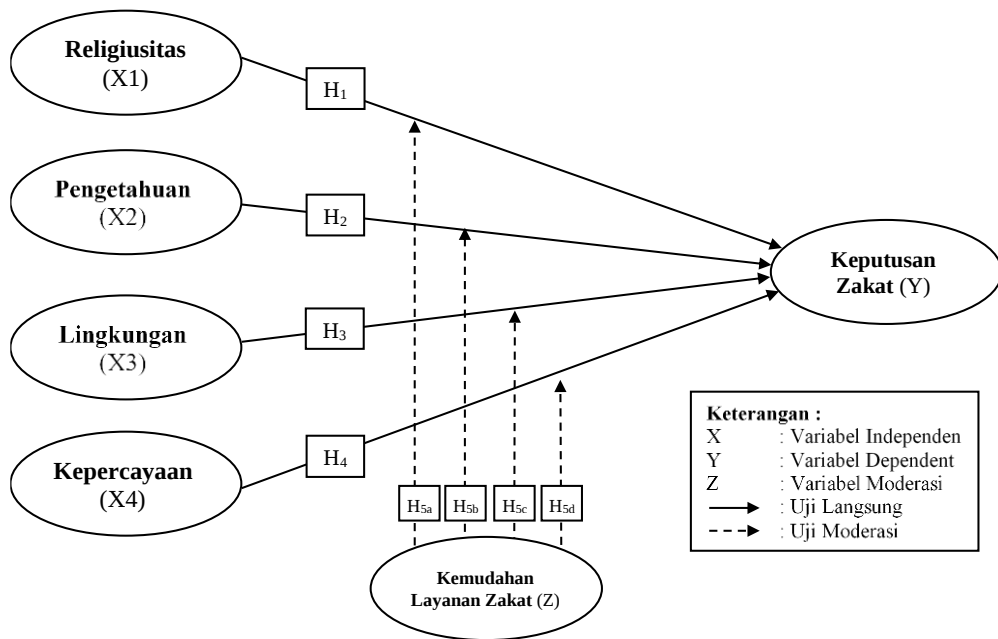
Berdasarkan uraian hubungan antarvariabel, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: **H1** religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat; **H2** pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat; **H3** lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat; **H4** kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat; serta **H5a–H5d** kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan membayar zakat. Temuan pemetaan literatur yang menempatkan religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif sebagai determinan dominan memberikan dukungan awal bagi arah hipotesis tersebut (Alimusa et al., 2025).

D. Model Hipotesis Penelitian

Gambar berikut menyajikan kerangka konseptual penelitian ini yang menempatkan keputusan membayar zakat (Y) sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh empat determinan utama, yaitu religiusitas (X1), pengetahuan zakat (X2), lingkungan sosial (X3), dan kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4). Model ini juga memasukkan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) sebagai variabel moderasi yang diasumsikan dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara masing-masing variabel independen dengan keputusan membayar zakat, mengingat keputusan zakat tidak hanya dipengaruhi dorongan nilai dan keyakinan, tetapi juga dipengaruhi kemudahan kanal layanan dan informasi. Selain itu, tingkatan pendapatan (VC) dicantumkan sebagai variabel kontrol untuk menjaga ketepatan estimasi pengaruh variabel utama, karena kemampuan finansial berpotensi ikut

membentuk kapasitas pedagang dalam menunaikan kewajiban zakat secara konsisten.

Gambar 2. 1 Model Hipotesis Penelitian



Gambar berikut menyajikan kerangka konseptual penelitian ini yang menempatkan keputusan membayar zakat perdagangan (Y) sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh empat determinan utama, yaitu religiusitas (X1), pengetahuan zakat (X2), lingkungan sosial (X3), dan kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4). Model ini juga memasukkan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) sebagai variabel moderasi yang diasumsikan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara masing-masing variabel independen dengan keputusan membayar zakat perdagangan.

Hubungan antarvariabel dalam gambar tersebut ditunjukkan melalui panah-panah sebagai berikut:

- a. Panah dari Religiusitas (X1) ke Keputusan Membayar Zakat (Y) diberi label H1.
- b. Panah dari Pengetahuan (X2) ke Keputusan Membayar Zakat (Y) diberi label H2.
- c. Panah dari Lingkungan Sosial (X3) ke Keputusan Membayar Zakat (Y) diberi label H3.
- d. Panah dari Kepercayaan (X4) ke Keputusan Membayar Zakat (Y) diberi label H4.

Selain itu, peran moderasi ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) memoderasi hubungan Religiusitas (X1) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), diberi label H5a.
- b. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) memoderasi hubungan Pengetahuan (X2) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), diberi label H5b.
- c. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) memoderasi hubungan Lingkungan Sosial (X3) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), diberi label H5c.
- d. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) memoderasi hubungan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), diberi label H5d.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Rancangan penelitian disusun dalam paradigma kuantitatif karena penelitian berorientasi pada pengukuran hubungan antar konstruk secara statistik. Pendekatan eksplanatori dipilih untuk menjelaskan pola pengaruh antarvariabel yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian kuantitatif tepat digunakan ketika peneliti bermaksud menguji teori atau hipotesis melalui pengukuran variabel, penggunaan instrumen, serta analisis statistik untuk melihat pola hubungan antarvariabel (Cooper & Schindler, 2014; Sekaran & Bougie, 2016). Dalam pengertian Sekaran dan Bougie, penelitian kuantitatif menekankan pengumpulan data numerik dari sampel yang mewakili populasi, operasionalisasi konstruk ke dalam indikator terukur, serta pengujian hubungan antarkonstruk untuk menghasilkan inferensi empiris mengenai fenomena yang diteliti (Sekaran & Bougie, 2016; Hair et al., 2022). Dengan karakter tersebut, pendekatan kuantitatif dipandang relevan untuk menjelaskan variasi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan berdasarkan faktor-faktor yang diasumsikan memengaruhinya.

Jenis eksplanatori dipilih karena penelitian ini tidak berhenti pada pemotretan fenomena, melainkan berfokus menjelaskan mengapa keputusan membayar zakat perdagangan terbentuk melalui pengujian dugaan pengaruh (kausal) antarvariabel (Neuman, 2014). Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah menjelaskan hubungan kausal antara religiusitas, Pengetahuan Zakat,

Lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat, sekaligus menilai perubahan kekuatan hubungan tersebut ketika Kemudahan Layanan Lembaga Zakat diperhitungkan, sehingga pertanyaan eksplanatorinya secara substantif diarahkan pada ‘mengapa’ pedagang mengambil keputusan membayar zakat dalam kondisi kemudahan layanan lembaga zakat yang berbeda (Hair et al., 2019; Hair et al., 2022). Penelitian ini dikunci pada konteks pedagang di Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo dengan konteks penyaluran yang terkait lembaga zakat sebagai kanal layanan, sehingga pernyataan ilmiahnya adalah menjelaskan determinan keputusan membayar zakat perdagangan pada setting pasar tradisional tersebut; pada akhirnya, desain eksplanatori memungkinkan pengujian hipotesis secara empiris untuk menilai dukungan data terhadap model teoretik yang dirumuskan (Neuman, 2014; Hair et al., 2019)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo, dengan fokus kajian pada keputusan membayar zakat pada konteks pedagang di kawasan pasar setempat. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada relevansinya dengan isu yang diteliti, mengingat aktivitas perdagangan yang intens dan keberadaan pedagang sebagai subjek yang memiliki potensi kewajiban zakat, sehingga memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel penelitian secara kontekstual. Pengumpulan data primer dilakukan secara langsung di lokasi penelitian melalui kuesioner, yang disebarkan kepada responden sesuai kriteria penelitian untuk memperoleh data persepsi dan kecenderungan perilaku terkait keputusan membayar zakat.

Waktu penelitian ditetapkan pada Februari 2026 dengan durasi 2 bulan, yang mencakup tahapan persiapan, pengumpulan data, dan analisis. Tahap persiapan meliputi Ketua Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo dan penyiapan instrumen, tahap pengumpulan data meliputi penyebaran instrumen dan pengambilan data di lapangan, sedangkan tahap analisis mencakup uji validitas/reliabilitas instrumen dan analisis SmartPLS untuk pengujian model struktural dan moderasi. Penjadwalan penelitian disusun secara sistematis agar seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari koordinasi, distribusi instrumen, pengambilan data, hingga uji kualitas instrumen dan analisis, dapat berjalan tertib, terukur, dan mendukung ketercapaian tujuan penelitian.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Muslim yang aktif menjalankan kegiatan perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo. Populasi tersebut dipilih karena pedagang merupakan pelaku usaha yang secara konseptual berpotensi memiliki kewajiban zakat perdagangan apabila aktivitas usahanya telah memenuhi ketentuan syariah, terutama terkait nisab, haul, dan kepemilikan harta dagang.

Penelitian ini tidak membatasi populasi hanya pada pedagang yang pernah membayar zakat perdagangan. Hal ini karena tujuan penelitian adalah menganalisis variasi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan, baik pada kelompok pedagang yang telah merealisasikan pembayaran zakat maupun pada kelompok pedagang yang belum pernah membayar zakat perdagangan. Dengan demikian, keterlibatan kedua kelompok

responden diperlukan agar penelitian dapat menggambarkan faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat keputusan pembayaran zakat secara lebih komprehensif.

Berdasarkan pendataan awal/pra-survei peneliti, jumlah pedagang aktif di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo adalah 783 orang. Dari jumlah tersebut, terdapat 705 pedagang Muslim atau sekitar 90% dari total pedagang aktif. Pedagang Muslim tersebut terdiri atas 456 pedagang yang belum pernah membayar zakat perdagangan dan 249 pedagang yang pernah membayar zakat perdagangan. Dengan demikian, populasi sasaran dalam penelitian ini adalah 705 pedagang Muslim yang aktif berdagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

Dalam pelaksanaan penelitian, penetapan populasi dilakukan secara bertahap dari populasi awal (seluruh pedagang aktif) hingga populasi responden yang sesuai dengan fokus penelitian. Rekapitulasi penetapan populasi tersebut disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Rekapitulasi Penetapan Populasi Responden Penelitian

Tahap	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Seluruh pedagang aktif di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo	783 orang	100%
2	Pedagang non-Muslim	78 orang	10% dari total pedagang
3	Pedagang Muslim	705 orang	90% dari total pedagang
4	Pedagang Muslim yang belum pernah membayar zakat perdagangan	456 orang	64,7% dari pedagang Muslim
5	Pedagang Muslim yang pernah membayar zakat perdagangan	249 orang	35,3% dari pedagang Muslim

Sumber: rekapitulasi pendataan awal/pra-survei peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 3.1, populasi sasaran penelitian adalah 705 pedagang Muslim. Kategori pedagang yang pernah dan belum pernah membayar zakat perdagangan tidak digunakan sebagai kriteria eksklusi, melainkan sebagai informasi awal untuk menggambarkan variasi status pembayaran zakat dalam populasi. Dengan demikian, penelitian ini tetap mencakup kedua kelompok tersebut agar model penelitian mampu menjelaskan perbedaan tingkat keputusan membayar zakat perdagangan secara lebih proporsional.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai bagian dari *non-probability sampling*, yaitu teknik pemilihan responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Etikan, 2016). Teknik ini dipilih karena penelitian berfokus pada kelompok spesifik, yakni pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.. Dengan *purposive sampling*, peneliti dapat memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar relevan dengan fenomena yang diteliti yakni keputusan membayar zakat perdagangan serta memiliki karakteristik yang memungkinkan pengukuran konstruk dalam model penelitian secara valid. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. beragama Islam;
2. aktif berdagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo;
3. berusia minimal 18 tahun;
4. telah menjalankan usaha perdagangan sekurang-kurangnya selama satu tahun;

5. memiliki aktivitas perdagangan yang berpotensi terkait dengan kewajiban zakat perdagangan; dan
6. bersedia menjadi responden penelitian.

Kriteria “pernah membayar zakat perdagangan” tidak dijadikan syarat wajib responden. Hal ini karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variasi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan, sehingga responden perlu mencakup pedagang yang pernah maupun belum pernah membayar zakat perdagangan. Pedagang yang belum pernah membayar zakat tetap relevan sebagai responden karena kelompok tersebut dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang menghambat atau melemahkan keputusan pembayaran zakat, seperti rendahnya pengetahuan zakat, kurangnya dukungan lingkungan sosial, rendahnya kepercayaan terhadap lembaga zakat, atau belum tersedianya layanan zakat yang mudah diakses.

3. Sampel Penelitian

Pada tahap awal penyusunan proposal penelitian, jumlah sampel direncanakan sebanyak 90 responden. Penentuan tersebut mengacu pada ketentuan minimum ukuran sampel dalam analisis Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan pendekatan 10-times rule, yaitu minimal sepuluh kali jumlah indikator pada konstruk dengan indikator terbanyak atau sepuluh kali jumlah jalur struktural yang menuju konstruk endogen (Barclay et al., 1995; Hair et al., 2022). Berdasarkan rancangan model penelitian saat itu, jumlah minimum responden telah memenuhi persyaratan statistik sehingga ditetapkan sebanyak 90 responden.

Namun, seiring proses penelitian berlangsung, peneliti melakukan perluasan jumlah responden menjadi 200 orang. Keputusan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis. Pertama, penggunaan PLS-SEM dengan variabel moderasi memerlukan ukuran sampel yang lebih besar agar estimasi parameter menjadi lebih stabil serta memiliki kekuatan statistik (*statistical power*) yang lebih baik dibandingkan ukuran minimum. Kedua, jumlah responden yang lebih besar mampu mengurangi *standard error*, meningkatkan ketepatan estimasi koefisien jalur, serta menghasilkan pengujian model yang lebih reliabel (Hair et al., 2022).

Selama proses pengumpulan data di lapangan, jumlah kuesioner yang memenuhi kriteria penelitian ternyata mencapai 217 responden. Seluruh responden memenuhi kriteria purposive sampling yang telah ditetapkan, yaitu pedagang Muslim yang aktif berdagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo dan bersedia menjadi responden penelitian. Karena seluruh data dinyatakan lengkap dan layak diolah, peneliti memutuskan menggunakan 217 responden ($N = 217$) sebagai sampel akhir penelitian. Penggunaan seluruh data yang memenuhi kriteria tersebut bertujuan meningkatkan representativitas sampel serta memperkuat validitas dan reliabilitas hasil analisis.

Dengan demikian, ukuran sampel akhir sebanyak 217 responden tidak hanya telah melampaui batas minimum berdasarkan 10-times rule, tetapi juga memenuhi rekomendasi Hair et al. (2022) bahwa penelitian dengan model struktural yang melibatkan beberapa konstruk dan pengujian efek moderasi akan memperoleh hasil yang lebih stabil apabila menggunakan ukuran sampel yang lebih besar daripada batas minimum yang dipersyaratkan.

Tabel 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

No	Komponen Penentuan Sampel	Jumlah
1	Variabel independen	4
2	Variabel moderator	1
3	Konstruk interaksi moderasi	4
4	Total jalur menuju konstruk endogen	9
5	Ketentuan <i>10-times rule</i>	10×9
6	Jumlah minimum sampel berdasarkan <i>10-times rule</i>	90 responden
7	Jumlah minimum sampel yang ditetapkan peneliti	200 responden
8	Jumlah responden aktual penelitian	217 responden

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan Hair et al. (2021).

Berdasarkan Tabel 3.1, jumlah minimum sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden berdasarkan pendekatan *10-times rule* pada SEM-PLS. Namun, untuk memperoleh data yang lebih representatif dan meningkatkan stabilitas model penelitian, peneliti menetapkan jumlah minimum sampel sebanyak 217 responden.

Tabel 3. 3 Proporsi Responden Penelitian

No	Kategori Responden	Jumlah Responden	Persentase
1	Pernah membayar zakat perdagangan	77	35,50%
2	Belum pernah membayar zakat perdagangan	140	64,50%
3	Total	217	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan Tabel 3.2, mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan pedagang Muslim yang belum pernah membayar zakat perdagangan, yaitu sebanyak 140 responden atau 64,5%. Sementara itu, responden yang pernah membayar zakat perdagangan berjumlah 77 responden atau 35,5%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki variasi karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan, Sidoarjo, sesuai fokus kajian pengaruh religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan dengan Kemudahan Layanan Lembaga Zakat sebagai variabel moderasi.

Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert lima poin (1–5) dengan rentang 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju untuk mengukur tingkat persetujuan responden atas pernyataan yang merepresentasikan sikap, persepsi, dan kecenderungan perilaku terkait zakat perdagangan. Skala lima poin dipilih karena memberikan sensitivitas yang lebih tinggi dalam menangkap variasi persepsi dibandingkan skala yang lebih pendek, sehingga lebih mendukung pengukuran konstruk laten yang bersifat psikologis dan sosial (Osgood et al., 1978; Joshi et al., 2015).

Selain data primer, penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber resmi dan kredibel yang relevan dengan tema zakat dan konteks wilayah penelitian. Data sekunder berupa:

1. Laporan Zakat dari BAZNAS Nasional dan LAZ,
2. Data Statistik wilayah dari BPS Kabupaten Sidoarjo, serta
3. Dokumen Pemerintah Instansi terkait yang mendukung pemahaman konteks penghimpunan dan penyaluran zakat serta akses layanan lembaga zakat di wilayah Sidoarjo.

Data sekunder berfungsi memberikan konteks empiris untuk menafsirkan hasil kuesioner, misalnya gambaran kondisi sosial-ekonomi wilayah, informasi kelembagaan zakat, serta indikasi program sosialisasi/kanal layanan yang berpotensi terkait dengan variabel akses dan kepercayaan. Penggunaan data sekunder sebagai pelengkap juga membantu menempatkan temuan survei pada kondisi nyata di lapangan, sehingga hasil penelitian tidak berdiri sebagai angka persepsi semata, tetapi didukung pembacaan dokumentatif yang lebih kontekstual (Sugiyono, 2019). Dengan menggabungkan data primer (empiris) dan data sekunder (dokumentatif), penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Seluruh data kemudian dianalisis menggunakan pendekatan PLS-SEM melalui SmartPLS untuk menguji model pengukuran, model struktural, dan efek interaksi moderasi secara simultan.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dilakukan untuk memperjelas batasan konsep, indikator, serta teknik pengukuran yang digunakan pada masing-masing variabel penelitian. Operasionalisasi variabel diperlukan agar konstruk yang bersifat abstrak dapat diterjemahkan ke dalam indikator empiris yang dapat diukur melalui instrumen penelitian. Indikator dan butir pernyataan dalam kuesioner disusun agar dapat dipahami dan dinilai secara konsisten oleh responden sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Kode	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala	Sumber Rujukan
Religiusitas	X1	Tingkat internalisasi nilai agama Islam dalam diri pedagang yang tercermin melalui keyakinan, praktik ibadah, penghayatan, dan penerapan nilai agama dalam aktivitas berdagang serta pengambilan keputusan ekonomi.	1. Keyakinan agama, 2. Praktik ibadah, 3. Penghayatan keagamaan, 4. Amanah dalam berdagang, 5. Pertimbangan agama dalam keputusan ekonomi.	R1. Saya meyakini ajaran agama Islam menjadi pedoman dalam kehidupan sehari-hari. R2. Saya berusaha menjalankan ibadah wajib secara konsisten. R3. Saya meyakini bahwa harta yang diperoleh dari usaha harus digunakan sesuai ketentuan agama. R4. Saya berusaha menerapkan nilai kejujuran dan amanah dalam berdagang. R5. Saya mempertimbangkan ajaran agama ketika mengambil keputusan keuangan.	Likert 1–5	Farouk et al. (2018); Bin-Nashwan et al. (2021); Kasri & Sosianti (2023)
Pengetahuan Zakat Perdagangan	X2	Tingkat pemahaman pedagang mengenai konsep, dasar hukum, syarat wajib, objek, nisab, haul, cara perhitungan, penerima, dan manfaat zakat perdagangan.	1. Pengertian zakat perdagangan, 2. Dasar hukum zakat, 3. Nisab dan haul, 4. Objek zakat perdagangan 5. Cara menghitung zakat, 6. Mustahik zakat, 7. Manfaat zakat.	PZ1. Saya memahami pengertian zakat perdagangan. PZ2. Saya mengetahui dasar hukum kewajiban zakat perdagangan. PZ3. Saya memahami syarat wajib zakat perdagangan, seperti nisab dan haul. PZ4. Saya mengetahui jenis harta atau aset dagang yang menjadi objek zakat perdagangan. PZ5. Saya mengetahui cara menghitung zakat perdagangan. PZ6. Saya mengetahui siapa saja yang berhak menerima zakat. PZ7. Saya memahami manfaat zakat perdagangan bagi pedagang dan masyarakat.	Likert 1–5	Saad et al. (2020); Annahl et al. (2021); Kasri & Sosianti (2023)

Lingkungan Sosial	X3	Persepsi pedagang mengenai dorongan, dukungan, teladan, dan norma sosial dari keluarga, tokoh agama, sesama pedagang, serta lingkungan pasar yang dapat memengaruhi kecenderungan pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan.	1. Dukungan keluarga, 2. Dorongan tokoh agama, 3. Teladan sesama pedagang, 4. Norma positif lingkungan pasar, 5. Dorongan sosial untuk berzakat.	LS1. Keluarga atau orang terdekat menganjurkan saya menunaikan zakat perdagangan. LS2. Tokoh agama di sekitar saya mendorong pedagang untuk menunaikan zakat. LS3. Rekan sesama pedagang menjadi teladan dalam menunaikan zakat perdagangan. LS4. Lingkungan pasar memandang positif pedagang yang menunaikan zakat. LS5. Saya merasa ada dorongan sosial dari lingkungan untuk menunaikan zakat perdagangan.	Likert 1–5	Saad et al. (2020); Bin-Nashwan et al. (2021); Annahl et al. (2021); Kasri & Sosianti (2023)
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat	X4	Keyakinan pedagang bahwa lembaga zakat memiliki integritas, amanah, kompetensi, keterbukaan, akuntabilitas, dan kemampuan menyalurkan zakat secara tepat sasaran sesuai prinsip syariah.	1. Keterbukaan informasi, 2. Kejujuran lembaga, 3. Amanah dan integritas, 4. Kompetensi pengelolaan, 5. Kepatuhan syariah, 6. Ketepatan penyaluran, 7. Akuntabilitas.	KP1. Saya percaya lembaga zakat terbuka dalam memberikan informasi pengelolaan zakat. KP2. Saya percaya lembaga zakat tidak menyalahgunakan dana zakat. KP3. Saya percaya pengelola lembaga zakat memiliki integritas dan amanah. KP4. Saya percaya lembaga zakat kompeten dalam menghimpun dan menyalurkan zakat. KP5. Saya percaya lembaga zakat mengelola zakat sesuai prinsip syariah. KP6. Saya percaya zakat yang disalurkan melalui lembaga zakat diberikan kepada mustahik yang tepat. KP7. Saya percaya lembaga zakat memiliki pertanggungjawaban yang jelas.	Likert 1–5	Cokrohadi sumarto et al. (2020); Bin-Nashwan et al. (2021); Annahl et al. (2021); Kasri & Sosianti (2023)

Kemudahan Layanan Lembaga Zakat	Z	Persepsi pedagang bahwa layanan lembaga zakat mudah dipahami, mudah dijangkau, mudah digunakan, tidak rumit, tidak memberatkan, serta membantu pedagang dalam memperoleh informasi, menghitung, membayar, dan memperoleh bukti pembayaran zakat perdagangan.	1. Kemudahan informasi, 2. kemudahan prosedur, 3. kemudahan menjangkau layanan, 4. kemudahan kanal pembayaran, 5. efisiensi waktu dan usaha, 6. kemudahan konsultasi, 7. kemudahan bukti pembayaran.	KL1. Informasi tentang cara membayar zakat melalui lembaga zakat mudah saya pahami. KL2. Prosedur membayar zakat melalui lembaga zakat mudah dilakukan. KL3. Saya mudah menjangkau layanan lembaga zakat, baik secara langsung maupun melalui media digital. KL4. Kanal pembayaran zakat yang disediakan lembaga zakat mudah saya gunakan. KL5. Membayar zakat melalui lembaga zakat tidak membutuhkan waktu dan usaha yang memberatkan saya. KL6. Saya mudah memperoleh bantuan atau konsultasi ketika ingin membayar zakat perdagangan. KL7. Saya mudah memperoleh konfirmasi atau bukti pembayaran setelah membayar zakat melalui lembaga zakat.	Likert 1–5	Annahl et al. (2021); Kasri & Sosianti (2023)
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan	Y	Pilihan dan tindakan pedagang untuk menunaikan zakat atas aktivitas perdagangan ketika syarat zakat terpenuhi, yang tercermin dalam realisasi pembayaran, ketepatan waktu, perhatian pada perhitungan, pilihan saluran pembayaran, dan konsistensi pembayaran.	1. Realisasi keputusan membayar, 2. ketepatan waktu pembayaran, 3. perhitungan zakat, 4. pilihan saluran pembayaran, 5. konsistensi pembayaran.	KZ1. Saya benar-benar membayar zakat perdagangan, bukan hanya berniat membayarnya. KZ2. Saya berusaha membayar zakat perdagangan pada waktu yang tepat sesuai periode kewajiban yang saya pahami. KZ3. Saya menghitung atau memastikan besaran zakat perdagangan sebelum membayarnya. KZ4. Saya memilih saluran pembayaran zakat yang saya anggap tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. KZ5. Saya berusaha membayar zakat perdagangan secara konsisten setiap periode ketika syaratnya terpenuhi.	Likert 1–5	Cokrohadi sumarto et al. (2020); Saad & Haniffa (2014); Saad et al. (2020); Bin-Nashwan et al. (2021)

Setiap variabel dalam penelitian ini disusun berdasarkan landasan teori dan temuan empiris yang telah dibahas pada Bab II. Secara konseptual, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dibingkai melalui logika *Value–Belief–Norm* (VBN) yang menekankan alur dari orientasi nilai, keyakinan, aktivasi norma personal, hingga terbentuknya perilaku kepatuhan (Schwartz, 1977; Stern et al., 1999). Dalam kerangka tersebut, religiusitas (X1) diletakkan sebagai sumber nilai dan komitmen moral-keagamaan yang membentuk kesadaran pedagang terhadap kewajiban syariah, termasuk kewajiban menunaikan zakat perdagangan apabila syaratnya telah terpenuhi. Indikator religiusitas diturunkan dari pandangan bahwa religiusitas merupakan konsep multidimensi yang mencakup keyakinan, praktik ibadah, pengalaman keagamaan, pengetahuan keagamaan, dan konsekuensi nilai agama dalam perilaku sehari-hari (Glock & Stark, 1965; Huber & Huber, 2012). Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berhubungan dengan kepatuhan berzakat karena nilai keagamaan dapat memperkuat kesadaran, tanggung jawab moral, dan komitmen individu dalam menunaikan kewajiban zakat (Fahrullah et al., 2024; Wahyuningsih & Anwar, 2025).

Selanjutnya, pengetahuan zakat perdagangan (X2) dipahami sebagai kapasitas kognitif pedagang dalam memahami ketentuan zakat perdagangan, meliputi pengertian zakat perdagangan, objek zakat, nisab, haul, tarif, cara perhitungan, penerima zakat, serta saluran pembayaran zakat melalui lembaga resmi. Pengetahuan zakat berperan penting dalam membentuk keyakinan yang tepat mengenai kapan zakat perdagangan wajib dibayar, bagaimana zakat dihitung, dan kepada siapa zakat dapat disalurkan. Oleh karena itu, indikator pengetahuan zakat diarahkan pada tingkat pemahaman pedagang terhadap aspek-aspek teknis dan

substansif zakat perdagangan serta kemampuan menerapkan informasi tersebut dalam situasi usaha yang dijalankan (Deli & Irfan, 2023; Wahyuningsih & Anwar, 2025). Secara empiris, pengetahuan zakat terbukti berperan dalam meningkatkan kesiapan individu untuk mengambil keputusan pembayaran zakat secara benar, karena pemahaman yang memadai dapat mengurangi keraguan, kesalahan persepsi, dan hambatan teknis dalam pelaksanaan zakat (Deli & Irfan, 2023; Wahyuningsih & Anwar, 2025).

Lingkungan sosial (X3) dirumuskan sebagai pengaruh sosial yang berasal dari keluarga, sesama pedagang, tokoh agama, komunitas pasar, maupun pihak-pihak yang dianggap penting oleh pedagang dalam membentuk pandangan dan keputusan terkait pembayaran zakat perdagangan. Secara teoritis, lingkungan sosial berkaitan dengan norma subjektif, yaitu persepsi individu mengenai dukungan, harapan, atau tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya terhadap suatu perilaku (Ajzen, 1991; Cialdini & Goldstein, 2004). Dalam konteks penelitian ini, indikator lingkungan sosial diterjemahkan ke dalam bentuk dukungan keluarga, pengaruh sesama pedagang, keteladanan tokoh agama atau tokoh masyarakat, kebiasaan berzakat di lingkungan pasar, serta penilaian sosial terhadap perilaku membayar zakat. Beberapa penelitian pada konteks zakat menunjukkan bahwa norma sosial dan dukungan lingkungan dapat mendorong niat serta perilaku membayar zakat, meskipun kekuatan pengaruhnya dapat berbeda sesuai konteks sosial dan karakteristik responden (Cahyani et al., 2022b; Mariyanti et al., 2022).

Adapun kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) dipahami sebagai keyakinan pedagang bahwa lembaga zakat resmi, seperti BAZNAS, LAZ, atau UPZ, memiliki kemampuan, integritas, transparansi, akuntabilitas, dan amanah

dalam menghimpun, mengelola, serta menyalurkan zakat kepada pihak yang berhak. Indikator kepercayaan disusun dengan merujuk pada dimensi kepercayaan yang mencakup kemampuan, integritas, dan *benevolence* atau itikad baik pihak yang dipercaya, kemudian dikontekstualisasikan ke dalam tata kelola lembaga zakat (Mayer et al., 1995; Rousseau et al., 1998). Dalam praktik pembayaran zakat perdagangan, kepercayaan menjadi faktor penting karena pedagang tidak hanya mempertimbangkan kewajiban membayar zakat, tetapi juga mempertimbangkan apakah dana zakat yang dibayarkan melalui lembaga akan dikelola secara amanah, transparan, profesional, dan tepat sasaran. Temuan empiris juga menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat dapat meningkatkan intensi maupun perilaku pembayaran zakat melalui lembaga karena trust mampu menurunkan keraguan dan persepsi risiko dalam penyaluran dana ibadah sosial (Annahl et al., 2021; Danila et al., 2024).

Selanjutnya, kemudahan layanan lembaga zakat (M) diposisikan sebagai variabel moderasi karena merepresentasikan kondisi pemungkin yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara faktor internal, faktor sosial, faktor kelembagaan, dan keputusan aktual pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Dalam perspektif VBN, nilai dan keyakinan tidak selalu langsung berubah menjadi tindakan apabila masih terdapat hambatan praktis. Oleh karena itu, kemudahan layanan lembaga zakat berperan sebagai faktor yang dapat menurunkan hambatan tersebut. Ketika layanan zakat mudah dijangkau, informasi mudah diperoleh, prosedur mudah dipahami, kanal pembayaran mudah digunakan, konsultasi mudah diakses, dan bukti pembayaran mudah diterima, maka dorongan religiusitas, pengetahuan zakat, dukungan sosial, dan kepercayaan terhadap

lembaga zakat akan lebih mudah diwujudkan menjadi tindakan membayar zakat perdagangan. Indikator kemudahan layanan lembaga zakat disusun dengan mempertimbangkan aspek aksesibilitas layanan, kemudahan prosedur, ketersediaan informasi, kemudahan kanal pembayaran, efisiensi waktu, dan bantuan layanan (Penchansky & Thomas, 1981; Syifa & Anggraini, 2024). Sejumlah studi dalam konteks zakat juga menunjukkan bahwa kemudahan akses, fasilitas layanan, dan kemudahan kanal pembayaran dapat meningkatkan intensi serta partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui lembaga (Haryanto et al., 2023; Syifa & Anggraini, 2024).

Terakhir, keputusan membayar zakat perdagangan (Y) dipahami sebagai pilihan dan tindakan pedagang untuk menunaikan zakat atas aktivitas perdagangan setelah mempertimbangkan faktor internal, sosial, dan kelembagaan. Variabel ini tidak hanya diarahkan pada niat, tetapi juga pada kecenderungan perilaku aktual, seperti keputusan menunaikan zakat ketika syaratnya terpenuhi, realisasi pembayaran, ketepatan waktu pembayaran, perhitungan besaran zakat, pilihan saluran pembayaran, dan konsistensi membayar zakat perdagangan. Dengan demikian, indikator keputusan membayar zakat perdagangan mencerminkan proses evaluasi dan tindakan pedagang dalam memenuhi kewajiban zakat atas usaha dagangnya (Kotler & Keller, 2016; Hamzah et al., 2023). Secara keseluruhan, indikator dan butir operasional dalam penelitian ini merupakan sintesis antara landasan teori, temuan empiris, dan penyesuaian terhadap konteks pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo, sehingga pengukuran setiap konstruk tetap relevan dengan realitas keputusan membayar zakat perdagangan pada lokasi penelitian (Stern et al., 1999; Wahyuningsih & Anwar, 2025).

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji keterkaitan antarvariabel dalam model penelitian. Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada kemampuannya mengestimasi hubungan kausal yang relatif kompleks antar konstruk laten secara simultan, sehingga pengujian model pengukuran (*Outer model*) dan model struktural (*Inner model*) dapat dilakukan dalam satu kerangka analisis yang terpadu. Pendekatan ini juga dinilai sesuai untuk penelitian survei dengan ukuran sampel yang relatif terbatas, serta tidak mensyaratkan pemenuhan normalitas multivariat secara ketat sebagaimana SEM berbasis kovarians, sehingga lebih adaptif terhadap karakter data lapangan. Selain itu, SEM-PLS mendukung tujuan penelitian yang berorientasi pada penjelasan dan prediksi variasi keputusan membayar zakat melalui estimasi koefisien jalur dan evaluasi kekuatan model.

Dalam konteks penelitian ini, SEM-PLS digunakan untuk menguji pengaruh langsung Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lingkungan Sosial (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y) sebagaimana dirumuskan dalam hipotesis H1–H4. Selanjutnya, Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) diperlakukan sebagai variabel moderasi untuk menilai perubahan kekuatan pengaruh masing-masing X terhadap Y melalui pembentukan konstruk interaksi, sesuai hipotesis H5a–H5d. Dengan demikian, model ini memungkinkan pengujian efek langsung dan efek interaksi (moderasi) dalam satu struktur analisis, sehingga interpretasi hasil dapat dilakukan secara komprehensif pada tingkat konstruk. Pengujian signifikansi jalur dilakukan melalui prosedur bootstrapping

pada SmartPLS untuk memperoleh nilai koefisien, t-statistic, dan p-value sebagai dasar keputusan menerima atau menolak hipotesis. Hasil evaluasi *Outer model* dan *Inner model* selanjutnya digunakan untuk menilai validitas, reliabilitas, serta kekuatan penjelasan model terhadap keputusan membayar zakat dalam konteks responden penelitian.

F. Analisis Data

1. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, sebagai salah satu metode SEM yang banyak digunakan dalam penelitian sosial dan manajemen untuk menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan. PLS-SEM merepresentasikan hubungan antarvariabel melalui diagram jalur, di mana arah panah yang searah menunjukkan hubungan kausalitas satu arah dari konstruk eksogen menuju konstruk endogen sesuai model konseptual yang diuji (Hair dkk., 2022). Dalam kerangka PLS-SEM, model analisis terdiri dari dua komponen utama, yaitu *Measurement Model (Outer model)* dan *Structural Model (Inner model)*. *Outer model* berfungsi mengevaluasi kualitas pengukuran konstruk melalui indikatornya, terutama dari aspek validitas dan reliabilitas, sehingga konstruk laten yang diukur benar-benar mencerminkan konsep yang dimaksud. Setelah *Outer model* memenuhi kriteria, analisis dilanjutkan pada *Inner model* untuk menguji hubungan kausal antarvariabel dalam penelitian ini, yakni pengaruh Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lingkungan Sosial (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan

Membayar Zakat (Y), serta peran Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) sebagai variabel moderasi (J. Hair & Alamer, 2022). Dengan demikian, pengujian model struktural dilakukan setelah model pengukuran dinyatakan layak, agar interpretasi hubungan kausal tidak bias akibat kelemahan kualitas instrumen (J. Hair & Alamer, 2022).

2. Measurement Model (Outer model)

Menurut J. Hair dkk (2022), tahapan awal dalam analisis PLS-SEM adalah melakukan evaluasi *Measurement Model (Outer model)* sebelum menafsirkan hubungan struktural antarkonstruk. Evaluasi *Outer model* bertujuan menilai sejauh mana indikator mampu mengukur konstruk laten secara konsisten dan akurat, sehingga kualitas data yang digunakan dalam pengujian hipotesis dapat dipertanggungjawabkan (J. Hair & Alamer, 2022). Pada tahap ini, penilaian difokuskan pada pemenuhan validitas dan reliabilitas indikator maupun konstruk, karena konstruk seperti religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan sosial, kepercayaan, Kemudahan Layanan Lembaga Zakat, dan keputusan membayar zakat bersifat laten serta membutuhkan pembuktian empiris bahwa indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan konsep yang diukur (J. Hair & Alamer, 2022). Dengan terpenuhinya kriteria *Outer model*, maka hasil pengujian hubungan kausal pada *Inner model* akan lebih sahih dan tidak terdistorsi oleh masalah pengukuran. Tahapan *Outer model* adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan memastikan bahwa instrumen dan indikator yang digunakan benar-benar mengukur konstruk

yang diteliti, sehingga interpretasi hasil analisis tidak bias akibat kesalahan pengukuran. Dalam konteks PLS-SEM menggunakan SmartPLS, indikator dinyatakan valid apabila mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur secara memadai, baik untuk konstruk Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lingkungan Sosial (X3), Kepercayaan (X4), Keputusan Membayar Zakat (Y), maupun Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) sebagai moderator. Karena seluruh konstruk dalam penelitian ini dimodelkan sebagai konstruk reflektif, evaluasi validitas pada model pengukuran dilakukan melalui dua aspek utama, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan (J. Hair & Alamer, 2022).

1) Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Validitas konvergen menunjukkan kekuatan hubungan antara indikator dengan konstruk yang diukurnya, sehingga menegaskan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk bergerak selaras dan menangkap konsep yang sama. Menurut Hair dkk. (2022), kriteria utama validitas konvergen pada konstruk reflektif mencakup: (a) nilai outer/standardized loading idealnya $\geq 0,70$, karena menunjukkan indikator memiliki kontribusi substansial terhadap konstruk; sementara loading pada rentang 0,40–0,70 masih dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan apabila penghapusan indikator tidak meningkatkan kualitas konstruk, khususnya ketika nilai reliabilitas komposit dan AVE tetap berada pada ambang yang disarankan. Selain itu, (b) nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus $\geq 0,50$, yang berarti konstruk mampu menjelaskan setidaknya

50% varians indikator-indikatornya. Apabila nilai loading dan AVE memenuhi kriteria tersebut, maka indikator dinilai memadai sebagai pengukur konstruk laten dalam model penelitian (J. Hair & Alamer, 2022).

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant validity*)

Validitas diskriminan bertujuan memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda secara empiris dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya, sehingga masing-masing konstruk menangkap konsep yang unik. Hair dkk. (2022) menjelaskan bahwa validitas diskriminan dapat dievaluasi melalui dua pendekatan utama. Pertama, kriteria Fornell–Larcker, yaitu akar kuadrat AVE pada setiap konstruk harus lebih besar dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk-konstruk lain, sehingga menunjukkan bahwa konstruk memiliki kedekatan lebih tinggi dengan indikatornya sendiri daripada dengan konstruk lain. Kedua, evaluasi melalui HTMT (Heterotrait–Monotrait Ratio), dengan kriteria nilai diharapkan $< 0,90$ sebagai batas yang umum digunakan untuk menunjukkan pemisahan konstruk yang memadai. Jika kriteria Fornell–Larcker dan/atau HTMT terpenuhi, maka konstruk-konstruk dalam model dapat dibedakan secara jelas, sehingga pengujian hubungan struktural antarkonstruk menjadi lebih sah (J. Hair & Alamer, 2022).

Evaluasi *Outer model* pada tahap uji validitas berfungsi menilai kualitas indikator melalui pemenuhan validitas konvergen dan validitas diskriminan

sebelum analisis dilanjutkan pada pengujian reliabilitas serta evaluasi model struktural (*Inner model*). Dengan memastikan validitas pengukuran terlebih dahulu, hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh X1–X4 terhadap Y dan peran moderasi Z dapat ditafsirkan dengan dasar pengukuran yang lebih kuat (J. Hair & Alamer, 2022).

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan menilai konsistensi internal indikator-indikator dalam mengukur konstruk laten, sehingga pengukuran yang dihasilkan bersifat stabil dan dapat dipercaya. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana seperangkat indikator pada konstruk reflektif memberikan hasil pengukuran yang konsisten ketika digunakan untuk merepresentasikan konsep yang sama (J. Hair & Alamer, 2022).

Dalam PLS-SEM menggunakan SmartPLS, reliabilitas konstruk umumnya dievaluasi melalui dua ukuran, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* merefleksikan konsistensi internal indikator secara umum, sedangkan *Composite Reliability* memberikan estimasi reliabilitas yang mempertimbangkan kontribusi masing-masing indikator melalui nilai loading, sehingga dinilai lebih sesuai dengan karakter estimasi pada PLS (J. Hair & Alamer, 2022). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ dan *Composite Reliability* $\geq 0,70$ untuk menyatakan konstruk reliabel; meskipun pada penelitian eksploratori rentang 0,60–0,70 dapat ditoleransi, penelitian ini menggunakan ambang

$\geq 0,70$ agar kualitas pengukuran lebih kuat (J. Hair & Alamer, 2022). Setelah *Outer model* memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, analisis kemudian dilanjutkan pada evaluasi *Inner model* untuk menguji kekuatan serta signifikansi hubungan antar konstruk laten sesuai hipotesis penelitian.

3. Structural Model (Inner model)

Setelah model pengukuran (*Outer model*) dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahapan berikutnya dalam analisis PLS-SEM menggunakan SmartPLS adalah evaluasi *Structural Model (Inner model)* untuk menilai kelayakan hubungan kausal antar konstruk laten serta menguji hipotesis penelitian. Pada tahap ini, model diuji untuk melihat pengaruh Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lingkungan Sosial (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), sekaligus menguji peran Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) sebagai variabel moderasi melalui pembentukan konstruk interaksi $X1 \times Z$, $X2 \times Z$, $X3 \times Z$, dan $X4 \times Z$ terhadap Y. Evaluasi *Inner model* dilakukan dengan memperhatikan indikator utama berupa koefisien jalur (*path coefficient*), koefisien determinasi (R^2), serta signifikansi hubungan yang ditunjukkan oleh *T-statistic* dan *p-value* (Hardisman, 2022). Selain indikator tersebut, penilaian diperkuat dengan pemeriksaan ukuran efek (f^2), relevansi prediktif (Q^2), serta uji collinearity melalui Variance Inflation Factor (VIF) untuk memastikan tidak terdapat masalah multikolinearitas yang dapat mengganggu stabilitas estimasi model (Hardisman, 2021; J. Hair & Alamer, 2022)

a. Koefisien Determinasi (R-square/R²)

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan proporsi variasi konstruk endogen, yaitu Keputusan Membayar Zakat (Y), yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model, meliputi X1–X4 serta konstruk interaksi moderasi (Hardisman, 2021). Nilai R² yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan penjelasan model yang lebih baik terhadap variabel endogen. Kategori penilaian R² pada penelitian ini mengacu pada pedoman berikut.

Tabel 3. 5 Kategori Penilaian R-square

Nilai	Keterangan
$\geq 0,75$	Hubungan antar variabel kuat
$\geq 0,50 - 0,75$	Hubunagn antar variabel moderat
$\geq 0,25 - 0,50$	Hubungan antar variabel lemah

(Hardisman, 2021)

b. *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit (GoF) merupakan indeks ringkas untuk menggambarkan kesesuaian model secara keseluruhan dalam PLS-SEM, dengan rentang nilai 0 sampai 1; semakin besar nilainya, semakin baik kesesuaian model (Hardisman, 2021). Kriteria interpretasi GoF yang digunakan adalah 0,10 (kecil), 0,25 (sedang), dan 0,36 (besar) (Hardisman, 2021). Meskipun demikian, GoF ditempatkan sebagai ukuran pelengkap, sedangkan penilaian utama model PLS-SEM tetap menekankan pada R², Q², serta signifikansi koefisien jalur dan efek moderasi untuk memastikan kekuatan penjelasan dan kemampuan prediksi model.

c. Ukuran efek (f^2)

Ukuran efek (f^2) digunakan untuk menilai kontribusi masing-masing konstruk eksogen terhadap peningkatan nilai R^2 pada konstruk endogen (Y), sehingga memberikan informasi apakah suatu konstruk memiliki pengaruh substantif selain sekadar signifikan secara statistik (Hardisman, 2021). Dengan f^2 , dapat dinilai seberapa besar peran X1, X2, X3, X4, maupun masing-masing interaksi moderasi $X \times Z$ dalam menjelaskan variasi keputusan membayar zakat. Kategori penilaian f^2 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. 6 Kategori Penilaian f -square

Nilai f^2	Keterangan
< 0,02	Tidak ada pengaruh
0,02 – < 0,15	Kecil
0,15 – < 0,35	Sedang
$\geq 0,35$	Besar

(Hardisman, 2021)

d. Relevansi prediktif (Q -square/ Q^2)

Relevansi prediktif (Q^2) menggambarkan kemampuan prediksi model terhadap konstruk endogen dan diperoleh melalui prosedur blindfolding (construct cross-validated redundancy) pada SmartPLS (Hardisman, 2021). Nilai Q^2 digunakan untuk menilai apakah model memiliki daya prediksi yang bermakna, dengan kriteria bahwa model dinyatakan memiliki relevansi prediktif apabila $Q^2 > 0$ (Hardisman, 2021). Dengan demikian, Q^2 menjadi indikator penting untuk menilai apakah kombinasi konstruk eksogen dan interaksi moderasi mampu memprediksi

keputusan membayar zakat secara lebih baik daripada sekadar menjelaskan hubungan secara deskriptif.

e. Uji signifikansi hipotesis (*Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis pada *Inner model* dilakukan melalui prosedur bootstrapping untuk memperoleh estimasi signifikansi koefisien jalur, baik pengaruh langsung X_1 – X_4 terhadap Y maupun pengaruh interaksi moderasi $X \times Z$ terhadap Y (Hardisman, 2021). Kriteria pengambilan keputusan menggunakan uji dua arah (two-tailed) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yaitu hipotesis dinyatakan didukung apabila $T\text{-statistic} > 1,96$ dan/atau $p\text{-value} < 0,05$ (Hardisman, 2021). Interpretasi hasil juga memperhatikan arah koefisien jalur; koefisien positif menunjukkan pengaruh searah dengan hipotesis, sedangkan koefisien negatif menunjukkan pengaruh berlawanan dengan dugaan teoritis yang dirumuskan.

f. *Common Method Bias (CMB)* dan uji *full collinearity*

Karena data penelitian diperoleh melalui survei kuesioner skala 1–5 yang diisi oleh responden pada satu periode, terdapat potensi common method bias (CMB) yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel secara artifisial (Hardisman, 2021). Dalam PLS-SEM, deteksi CMB dapat dilakukan melalui uji full collinearity dengan memeriksa nilai inner VIF; pendekatan ini digunakan untuk melihat apakah terdapat indikasi bias metode umum yang tercermin dari kolinearitas yang berlebihan antar konstruk (Hardisman, 2021). Kriteria yang digunakan adalah $VIF \leq 3,3$, yang mengindikasikan model tidak menunjukkan pengaruh CMB secara

berarti dan estimasi hubungan struktural dapat ditafsirkan dengan tingkat kehati-hatian yang memadai (Hardisman, 2021).

Inner model pada penelitian ini dinilai melalui kemampuan penjelasan (R^2), kontribusi pengaruh masing-masing konstruk (f^2), kemampuan prediksi (Q^2), kelayakan estimasi (VIF), serta signifikansi koefisien jalur dan moderasi melalui bootstrapping. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk menyimpulkan apakah religiusitas, Pengetahuan Zakat, Lingkungan sosial, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, serta apakah Kemudahan Layanan Lembaga Zakat memperkuat atau melemahkan pengaruh masing-masing variabel tersebut sesuai model penelitian yang diuji (Hardisman, 2021; J. Hair & Alamer, 2022).

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji dugaan sementara mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, di mana estimasi signifikansi koefisien jalur dilakukan melalui prosedur bootstrapping untuk memperoleh nilai *T-statistic* dan *p-value* sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis (Hair et al., 2019). Melalui mekanisme ini, pengujian tidak hanya menilai ada-tidaknya pengaruh, tetapi juga menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antar konstruk laten sesuai spesifikasi model.

Kriteria signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila memenuhi ketentuan *T-statistic* $> 1,96$ untuk pengujian dua arah (two-tailed) dan/atau *p-*

$value < 0,05$ (Hair et al., 2019). Koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk menafsirkan arah dan besaran pengaruh; koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan koefisien bernilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah. Dengan demikian, penerimaan hipotesis tidak hanya bergantung pada signifikansi statistik, tetapi juga mempertimbangkan konsistensi arah koefisien dengan dugaan teoritis yang dirumuskan.

Jenis pengujian hipotesis dalam penelitian ini meliputi pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengujian efek moderasi (*moderating effect*). Pengaruh langsung menguji apakah Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lingkungan Sosial (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat (Y), yang masing-masing dirumuskan dalam hipotesis H1–H4. Selanjutnya, efek moderasi diuji melalui signifikansi konstruk interaksi $X1 \times Z$, $X2 \times Z$, $X3 \times Z$, dan $X4 \times Z$ terhadap Y untuk menilai apakah Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) memengaruhi kuat-lemahnya pengaruh X terhadap keputusan membayar zakat sebagaimana hipotesis H5a–H5d. Interpretasi moderasi didasarkan pada koefisien jalur interaksi: koefisien interaksi yang signifikan dan bernilai positif diartikan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh variabel X terhadap Y, sedangkan koefisien interaksi yang signifikan dan bernilai negatif diartikan memperlemah pengaruh tersebut.

Keputusan statistik dalam uji hipotesis menggunakan logika H_0 dan H_a , di mana H_0 menyatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel yang diuji, sedangkan H_a menyatakan terdapat pengaruh. Apabila hasil bootstrapping

menunjukkan $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga pengaruh dinyatakan signifikan; sebaliknya jika $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 diterima, sehingga pengaruh dinyatakan tidak signifikan (Hair et al., 2019). Dengan aturan tersebut, setiap hipotesis penelitian dievaluasi secara konsisten berdasarkan signifikansi statistik dan arah koefisien jalur, baik untuk pengaruh langsung $X_1\text{--}X_4$ terhadap Y maupun untuk pengaruh interaksi moderasi Z terhadap keputusan membayar zakat.

5. Pengujian Moderasi

a. Rasional Konseptual dan Teoretik Moderasi

Pengujian moderasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) mengubah arah dan/atau kekuatan pengaruh variabel eksogen, yaitu Religiusitas (X_1), Pengetahuan Zakat (X_2), Lingkungan Sosial (X_3), dan Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X_4), terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y). (Chin et al., 2003; Henseler & Chin, 2010).

Secara substantif, Kemudahan Layanan Lembaga Zakat diposisikan sebagai kondisi pemungkin yang memengaruhi aktualisasi faktor internal (nilai, norma, pengetahuan, dan kepercayaan) menjadi keputusan pembayaran zakat yang nyata. Pada konteks pedagang pasar tradisional, faktor situasional, misalnya keterjangkauan kanal layanan, kemudahan prosedur, efisiensi waktu, dan kepastian layanan yang dapat memperbesar atau justru menghambat realisasi keputusan membayar zakat. Dengan demikian, kemudahan layanan lembaga zakat diharapkan berperan sebagai moderator yang memengaruhi kekuatan hubungan

determinan psikososial terhadap keputusan aktual (Fassott et al., 2016; J. F. Hair et al., 2019).

b. Spesifikasi Model Moderasi dalam PLS-SEM

Model struktural penelitian ini memuat pengaruh langsung X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y . Pengujian moderasi dilakukan dengan membangun konstruk interaksi antara masing-masing variabel eksogen dan moderator Z , sehingga efek moderasi diuji melalui jalur:

$$X_1 \times Z \rightarrow Y, X_2 \times Z \rightarrow Y, X_3 \times Z \rightarrow Y, \text{ dan } X_4 \times Z \rightarrow Y.$$

Dalam PLS-SEM, signifikansi jalur $X \times Z \rightarrow Y$ merupakan indikator utama keberadaan moderasi, karena jalur tersebut merepresentasikan perubahan marginal pengaruh X terhadap Y pada tingkat Z yang berbeda (Chin et al., 2003; J. F. Hair et al., 2019).

c. Operasionalisasi Moderator (Kemudahan Layanan Lembaga Zakat)

Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) dioperasionalkan sebagai persepsi pedagang terhadap sejauh mana layanan lembaga zakat mudah dipahami, mudah dijangkau, mudah digunakan, tidak rumit, dan tidak memberatkan dalam proses pembayaran zakat perdagangan. Dimensi kemudahan layanan mencakup kemudahan memperoleh informasi, ketersediaan kanal layanan tatap muka maupun digital, kemudahan prosedur, efisiensi waktu dan usaha, kemudahan konsultasi, serta kemudahan memperoleh konfirmasi atau bukti pembayaran. Konseptualisasi ini konsisten dengan logika moderasi berbasis friksi transaksi: semakin tinggi kemudahan layanan lembaga zakat, semakin kecil hambatan situasional yang dihadapi pedagang, sehingga pengaruh

determinan internal terhadap keputusan aktual cenderung lebih kuat. (Fassott et al., 2016; Hair et al., 2022).

d. Metode Pembentukan Konstruk Interaksi: Two-Stage Approach

Pengujian moderasi dilakukan menggunakan pendekatan two-stage pada SmartPLS 4 karena metode ini dinilai lebih stabil untuk model dengan konstruk laten dan indikator yang relatif banyak. (Chin et al., 2003; Henseler & Chin, 2010; Fassott et al., 2016). Penelitian ini menggunakan two-stage approach karena pendekatan tersebut sering direkomendasikan ketika model melibatkan konstruk laten dengan indikator yang relatif banyak dan ketika peneliti ingin memperoleh estimasi interaksi yang lebih stabil melalui penggunaan skor konstruk pada tahap awal (Fassott et al., 2016; Hair et al., 2022).

Secara prosedural, two-stage dilakukan sebagai berikut. Tahap pertama mengestimasi model tanpa konstruk interaksi untuk memperoleh latent variable scores dari konstruk X dan Z. Tahap kedua membentuk konstruk interaksi ($X \times Z$) berbasis skor laten tersebut dan mengestimasi kembali model struktural dengan memasukkan jalur interaksi menuju Y (Henseler & Chin, 2010; Fassott et al., 2016). Implementasi dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 dengan fitur *Moderating Effect* dan pemilihan metode two-stage untuk masing-masing hubungan $X \rightarrow Y$ (Ringle, C. M.; Wende, S.; Becker, 2024).

e. Prosedur Estimasi dan Pengujian Signifikansi Efek Moderasi

Signifikansi efek moderasi diuji melalui bootstrapping pada PLS-SEM untuk memperoleh *T-statistic* dan *p-value* pada jalur interaksi ($X \times Z$

→ Y). Efek moderasi dinyatakan terdukung apabila koefisien jalur interaksi signifikan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (*two-tailed*) (Hair et al., 2019; Hair et al., 2022). Interpretasi arah moderasi didasarkan pada tanda koefisien interaksi: koefisien positif dan signifikan menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat memperkuat pengaruh X terhadap Y; sedangkan koefisien negatif dan signifikan menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat memperlemah pengaruh X terhadap Y (Fassott et al., 2016; J. F. . Hair et al., 2022). Jika jalur interaksi tidak signifikan, maka tidak terdapat bukti moderasi pada relasi yang diuji.

f. Diagnostik Kualitas Model pada Pengujian Moderasi

Model moderasi berpotensi meningkatkan korelasi antar prediktor (*main effects dan interaction effects*). Oleh karena itu, penelitian ini melakukan pemeriksaan multikolinearitas dengan mengevaluasi *Variance Inflation Factor* (VIF) pada prediktor konstruk endogen (Y), termasuk konstruk interaksi. Pemeriksaan ini penting agar estimasi koefisien jalur tidak terdistorsi oleh collinearity yang tinggi (Henseler et al., 2016; Hair et al., 2019).

Selain itu, penelitian ini mengevaluasi kontribusi substantif moderasi melalui perubahan R^2 pada konstruk endogen (Y) sebelum dan sesudah memasukkan konstruk interaksi. Untuk menilai besaran kontribusi konstruk interaksi secara lebih informatif, penelitian ini juga dapat melaporkan f^2 sebagai ukuran efek untuk masing-masing konstruk interaksi terhadap Y, sehingga penilaian tidak berhenti pada signifikansi statistik semata (Hair et al., 2019; Hair et al., 2022).

g. Pelaporan dan Keputusan Hipotesis Moderasi

Hasil pengujian moderasi dilaporkan dalam tabel yang memuat koefisien jalur (β), *t*-statistic, *p-value*, dan (bila tersedia) interval kepercayaan bootstrapping untuk masing-masing jalur interaksi: $X1 \times Z \rightarrow Y$, $X2 \times Z \rightarrow Y$, $X3 \times Z \rightarrow Y$, dan $X4 \times Z \rightarrow Y$ (Hair et al., 2019; Hair et al., 2022).

Keputusan hipotesis moderasi ditetapkan sebagai berikut:

- 1) H5a didukung jika $X1 \times Z \rightarrow Y$ signifikan;
- 2) H5b didukung jika $X2 \times Z \rightarrow Y$ signifikan;
- 3) H5c didukung jika $X3 \times Z \rightarrow Y$ signifikan; dan
- 4) H5d didukung jika $X4 \times Z \rightarrow Y$ signifikan.

Arah moderasi (memperkuat/melemahkan) ditentukan dari tanda koefisien jalur interaksi yang signifikan (Fassott et al., 2016; Hair et al., 2022).

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo

Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo merupakan salah satu pasar rakyat yang berada di wilayah Desa Larangan, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Secara geografis, pasar ini berlokasi di Jalan Sunandar Priyo Sudarmo dan memiliki posisi yang relatif strategis karena berdekatan dengan Terminal Larangan, sehingga mudah dijangkau oleh pedagang maupun pembeli dari berbagai wilayah sekitar. Berdasarkan profil pasar yang tercatat dalam Sistem Informasi Ketersediaan dan Perkembangan Harga Bahan Pokok Provinsi Jawa Timur, Pasar Larangan memiliki luas lahan sekitar 56.000 m² atau 5,6 hektare, dengan fasilitas perdagangan berupa togu, kios, dan los. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Pasar Larangan tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mempertemukan berbagai pelaku usaha, pembeli, dan jaringan distribusi kebutuhan harian masyarakat.

Aktivitas perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo didominasi oleh transaksi kebutuhan pokok dan komoditas konsumsi harian. Jenis barang yang diperdagangkan meliputi sembako, sayuran, buah-buahan, kelapa, barang pecah belah, konveksi, kosmetik, serta berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Karakter komoditas tersebut menunjukkan bahwa pasar ini memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat sekaligus menjadi pusat perputaran ekonomi lokal. Aktivitas jual beli yang berlangsung di pasar tradisional umumnya bersifat langsung, intensif, dan melibatkan interaksi sosial yang kuat antara

pedagang dan pembeli. Dengan demikian, Pasar Larangan dapat dipahami bukan hanya sebagai tempat pertukaran barang, tetapi juga sebagai arena ekonomi rakyat yang ditopang oleh kepercayaan, relasi sosial, kebiasaan transaksi, dan keterjangkauan harga.

2. Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang

Pedagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo memiliki karakter yang beragam, baik dari sisi jenis usaha, skala usaha, lama berdagang, maupun pola transaksi harian. Sebagian pedagang menjalankan usaha pada komoditas kebutuhan pokok, sementara sebagian lainnya bergerak pada barang konsumsi, pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan komoditas pendukung lainnya. Data resmi yang tersedia lebih banyak menunjukkan jumlah fasilitas dagang, seperti togu, kios, dan los, sehingga jumlah pedagang aktif perlu merujuk pada data terbaru dari UPTD atau pengelola pasar setempat apabila akan dicantumkan dalam tesis. Dinamika transaksi di pasar ini berlangsung secara rutin dan cenderung mengikuti ritme kebutuhan masyarakat, baik pada jam perdagangan pagi, siang, maupun malam. Pola transaksi yang bersifat harian tersebut membuat pedagang memiliki arus kas yang dinamis, sehingga keputusan ekonomi, termasuk keputusan menyisihkan sebagian harta usaha untuk zakat perdagangan, sangat mungkin dipengaruhi oleh pemahaman keagamaan, kondisi usaha, kebiasaan sosial, serta kemudahan memperoleh layanan zakat.

Tabel 4. 1 Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang dan Implikasinya terhadap Zakat**Perdagangan**

Aspek Kondisi Pedagang	Gambaran Umum	Implikasi terhadap Zakat Perdagangan
Aktivitas usaha harian	Pedagang menjalankan kegiatan jual beli secara rutin melalui interaksi langsung dengan pembeli.	Aktivitas perdagangan harian menunjukkan adanya perputaran harta usaha yang relevan dengan potensi zakat perdagangan.
Pola transaksi	Transaksi umumnya dilakukan secara langsung dan banyak menggunakan pembayaran tunai.	Pola transaksi tunai dapat membuat pencatatan pemasukan dan pengeluaran belum terdokumentasi secara rapi.
Pencatatan usaha	Sebagian pedagang kemungkinan masih menggunakan pencatatan sederhana, catatan manual, atau mengandalkan ingatan.	Pencatatan sederhana dapat memengaruhi kemampuan pedagang dalam menghitung nisab, haul, omzet, keuntungan, dan harta dagang.
Variasi pendapatan	Pendapatan pedagang dapat berbeda sesuai jenis dagangan, modal usaha, jumlah pembeli, lokasi lapak, waktu operasional, dan kondisi pasar.	Variasi pendapatan menyebabkan potensi kewajiban zakat perdagangan berbeda antara satu pedagang dan pedagang lainnya.
Pemahaman zakat perdagangan	Pemahaman pedagang terhadap zakat perdagangan dapat berbeda sesuai pengalaman, pengetahuan agama, dan akses informasi.	Perbedaan pemahaman dapat memengaruhi keputusan pedagang dalam menghitung, menyisihkan, dan membayar zakat perdagangan.
Lingkungan sosial pasar	Pedagang berada dalam lingkungan sosial yang melibatkan sesama pedagang, pembeli, tokoh agama, pengelola pasar, dan masyarakat sekitar.	Lingkungan sosial dapat membentuk dorongan normatif, kebiasaan, dan persepsi pedagang terhadap kewajiban zakat perdagangan.
Kepercayaan dan layanan zakat	Pedagang membutuhkan informasi, konsultasi, kemudahan prosedur, serta lembaga zakat yang dipercaya.	Kepercayaan dan kemudahan layanan lembaga zakat dapat membantu pedagang merealisasikan keputusan membayar zakat perdagangan.

(Sumber: diolah oleh penulis)

Berdasarkan Tabel 4.1, kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan harian, pola transaksi tunai, pencatatan usaha yang sederhana, variasi pendapatan, serta interaksi sosial di lingkungan pasar dapat memengaruhi pemahaman dan keputusan pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan membayar zakat tidak cukup dijelaskan dari kemampuan ekonomi semata, tetapi juga perlu dilihat dari aspek religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, dan kemudahan layanan lembaga zakat. Dengan demikian, profil sosial ekonomi pedagang menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut membentuk keputusan pedagang Muslim dalam menunaikan zakat perdagangan.

3. Relevansi Pasar Larangan dengan Penelitian Zakat Perdagangan

Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo relevan dijadikan lokasi penelitian zakat perdagangan karena pasar ini merupakan ruang ekonomi tempat pedagang Muslim menjalankan aktivitas usaha secara berkelanjutan. Dalam perspektif ekonomi Islam, pedagang yang menjalankan usaha perdagangan berpotensi memiliki kewajiban zakat perdagangan apabila harta dagang atau aktivitas usahanya telah memenuhi ketentuan nisab dan haul. Oleh karena itu, keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan tidak dapat dilepaskan dari faktor internal dan eksternal yang membentuk perilaku ekonomi-keagamaan mereka. Religiusitas dapat memengaruhi kesadaran kewajiban zakat, pengetahuan zakat menentukan pemahaman terhadap ketentuan nisab, haul, dan perhitungan zakat, lingkungan sosial dapat membentuk dorongan normatif di antara sesama pedagang, kepercayaan terhadap lembaga zakat memengaruhi keyakinan terhadap

pengelolaan dana zakat, sedangkan kemudahan layanan lembaga zakat dapat memperkuat realisasi keputusan membayar zakat. Dengan demikian, Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo menjadi lokus yang tepat untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

4. Deskriptik Karakteristik Responden

Karakteristik responden merujuk pada aspek-aspek demografis dan sosial ekonomi yang menggambarkan ciri-ciri individu yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang Muslim yang aktif berdagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo, baik yang pernah maupun belum pernah membayar zakat perdagangan. Pemilihan responden tersebut disesuaikan dengan fokus penelitian, yaitu menganalisis keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan yang dipengaruhi oleh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, serta kemudahan layanan lembaga zakat.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan menggunakan skala Likert lima poin. Dari proses penyebaran kuesioner, diperoleh sebanyak 217 kuesioner yang terisi dan layak digunakan dalam analisis. Data yang diperoleh dari responden tersebut kemudian diolah untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden penelitian.

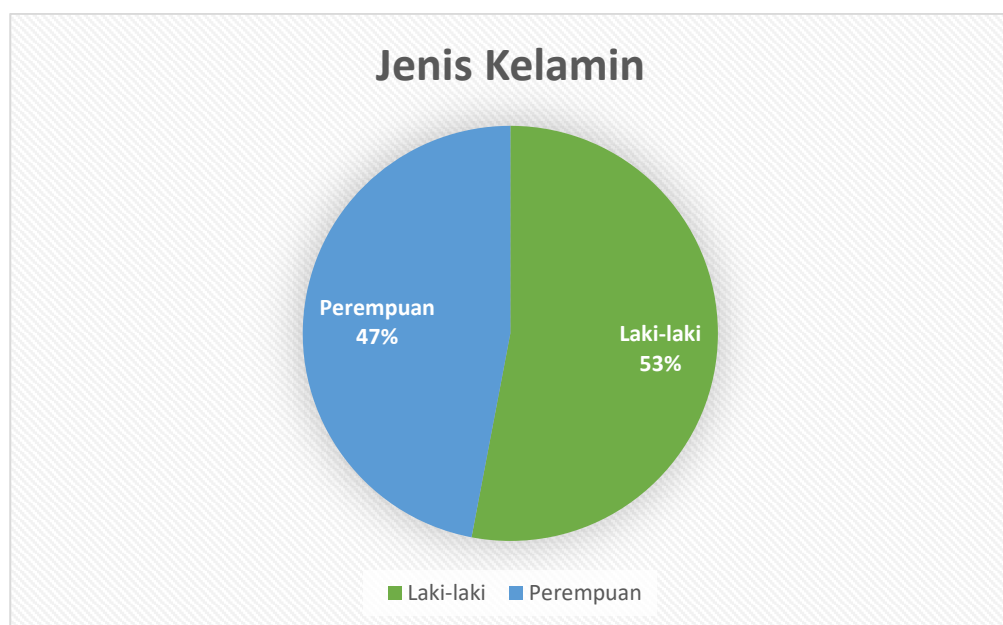
Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama berdagang, jenis dagangan, omzet atau pendapatan usaha,

status pembayaran zakat perdagangan, saluran pembayaran zakat, pengalaman mendapatkan sosialisasi zakat, serta pengalaman menghitung zakat perdagangan. Gambaran karakteristik responden ini penting untuk memahami latar belakang pedagang sebagai pelaku usaha yang menjadi objek penelitian, sehingga hasil analisis dapat dibaca sesuai dengan konteks sosial ekonomi pedagang pasar tradisional. Dari data kuesioner yang telah didapat dari responden dihasilkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data terkait jenis kelamin dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden



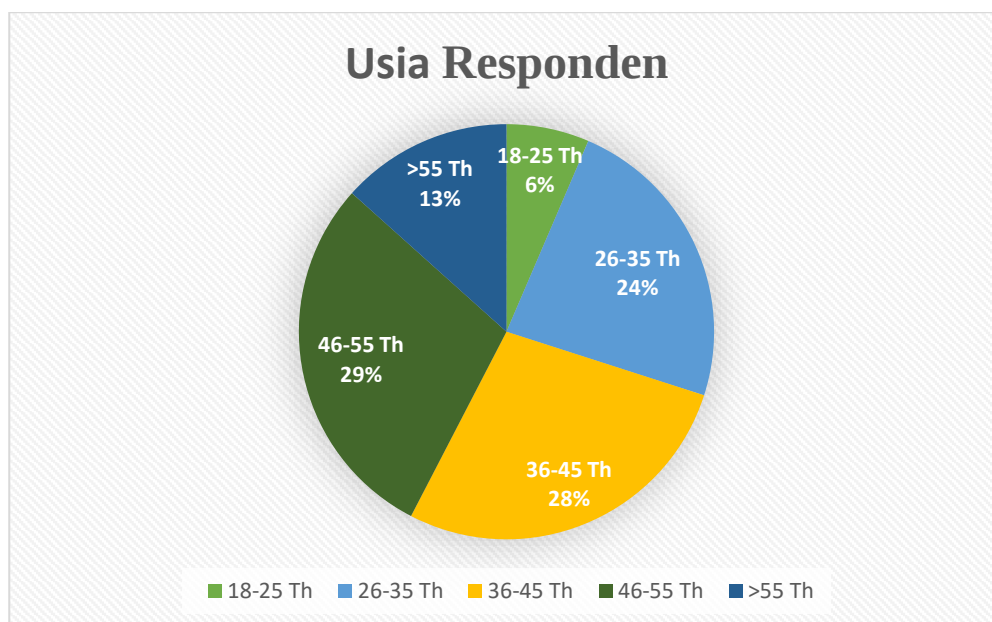
Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan data yang diperoleh pada gambar 4.1, dari 217 responden sebanyak 102 orang atau 47%, sementara sisanya, sebanyak 115 orang yang berjenis kelamin laki-laki atau 53 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data terkait usia dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Usia Responden



Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan data pada Gambar 4.2, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 217 pedagang. Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa kelompok usia paling dominan adalah responden berusia 46–55 tahun, yaitu sebesar 29% atau sekitar 63 responden. Selanjutnya, responden berusia 36–45 tahun berjumlah 28% atau sekitar 61 responden, sedangkan responden berusia 26–35 tahun berjumlah 24% atau sekitar 52 responden.

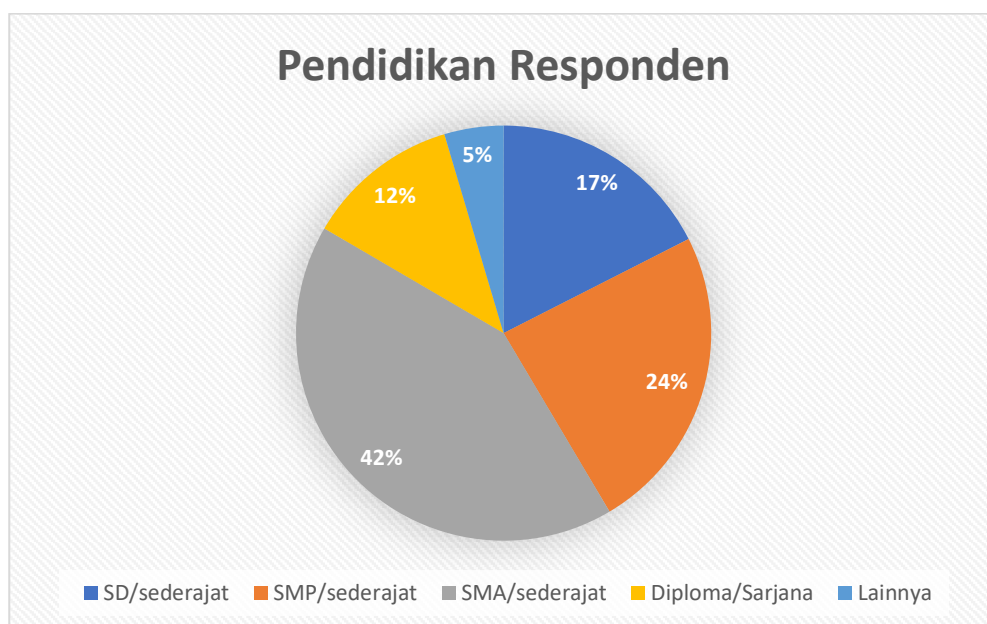
Sementara itu, responden yang berusia lebih dari 55 tahun berjumlah 13% atau sekitar 28 responden, dan responden dengan kelompok usia 18–25 tahun merupakan kelompok paling sedikit, yaitu sebesar 6% atau sekitar 13 responden. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia

produktif dan relatif matang dalam menjalankan usaha perdagangan. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo telah memiliki pengalaman hidup dan pengalaman usaha yang cukup dalam mengambil keputusan ekonomi, termasuk keputusan dalam membayar zakat perdagangan.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden

Data yang terkait Pendidikan Responden disajikan sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Pendidikan Responden



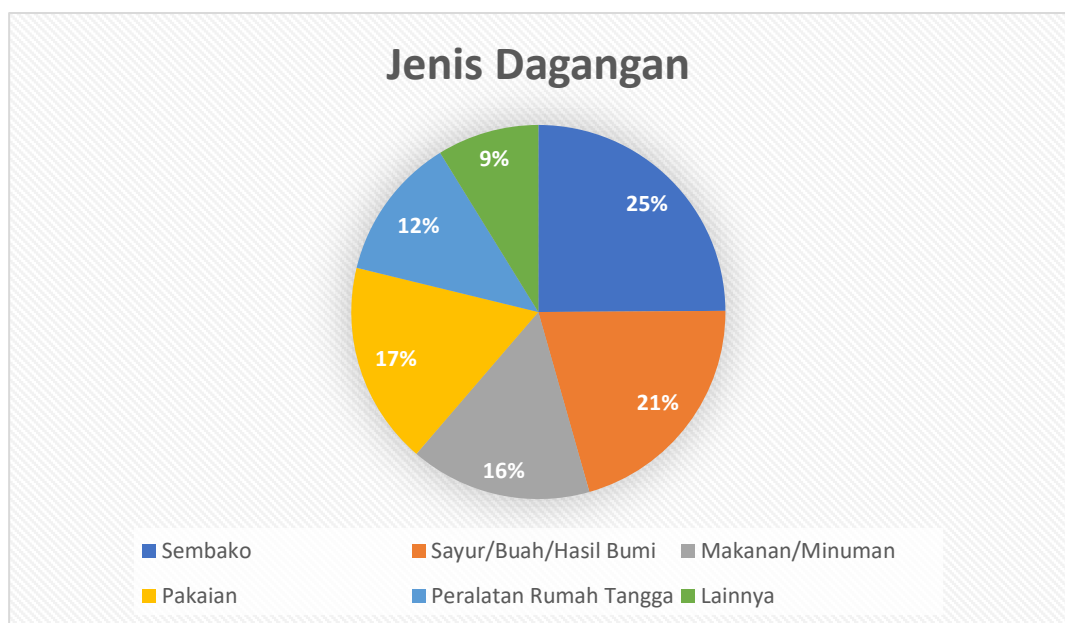
Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan data pada Gambar 4.3, diketahui bahwa dari 217 responden, tingkat pendidikan yang paling dominan adalah SMA/ sederajat, yaitu sebesar 42% atau sekitar 91 responden. Selanjutnya, responden dengan pendidikan SMP/ sederajat sebesar 24% atau sekitar 52 responden, SD/ sederajat sebesar 17% atau sekitar 37 responden, Diploma/ Sarjana sebesar 12% atau sekitar 26 responden, dan kategori pendidikan lainnya sebesar 5% atau sekitar 11 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden

memiliki latar belakang pendidikan menengah. Karakteristik pendidikan ini penting dalam konteks penelitian karena tingkat pendidikan dapat memengaruhi kemampuan pedagang dalam memahami informasi mengenai zakat perdagangan, termasuk ketentuan nisab, haul, objek zakat, cara perhitungan, dan saluran pembayaran zakat.

d. Karakteristik Berdasarkan Jenis Dagangan

Gambar 4. 4 Jenis Dagangan



Berdasarkan Gambar 4.4 diketahui bahwa mayoritas responden merupakan pedagang sembako, yaitu sebanyak 54 orang (24,9%). Selanjutnya, pedagang sayur, buah, dan hasil bumi berjumlah 45 orang (20,7%), diikuti pedagang pakaian sebanyak 38 orang (17,5%), serta pedagang makanan dan minuman sebanyak 34 orang (15,7%). Adapun pedagang peralatan rumah tangga berjumlah 27 orang (12,4%), sedangkan kategori lainnya merupakan kelompok dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu 19 orang (8,8%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian berasal dari berbagai jenis usaha perdagangan, dengan dominasi pedagang sembako,

sehingga data yang diperoleh mampu merepresentasikan karakteristik pedagang dari berbagai sektor usaha di lokasi penelitian.

e. Karakteristik Berdasarkan omzet

Gambar 4. 5 Omzet Responden



Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan data pada gambar, diketahui bahwa dari 217 responden, kelompok omzet per bulan yang paling dominan adalah kurang dari Rp5.000.000, yaitu sebesar 36% atau sekitar 78 responden. Selanjutnya, responden dengan omzet Rp5.000.000–Rp10.000.000 sebesar 32% atau sekitar 69 responden, responden dengan omzet Rp10.000.000–Rp20.000.000 sebesar 25% atau sekitar 54 responden, dan responden dengan omzet lebih dari Rp20.000.000 sebesar 7% atau sekitar 15 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori omzet rendah hingga menengah. Karakteristik omzet ini penting dalam penelitian karena keputusan membayar zakat perdagangan tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran keagamaan, tetapi juga berkaitan dengan kondisi ekonomi, kemampuan usaha,

serta pemahaman pedagang mengenai ketentuan nisab dan haul zakat perdagangan.

B. Deskripsi Variabel

Dalam analisis ini, peneliti menyajikan hasil penelitian secara statistik deskriptif dengan tujuan menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Hasil analisis deskriptif untuk setiap variabel beserta indikator-indikatornya disajikan pada bagian berikut:

Tabel 4. 2. Hasil Stastik Deskriptif

Variabel	Item	N	Persentase Jawaban					Mean		Standar Deviasi
			SS	S	N	TS	STS	Item	Variabel	
Religiusitas (X1)	X1_R1	217	25,81%	28,57%	24,88%	16,13%	4,61%	3,548	3,551	1,170
	X1_R2	217	29,49%	25,35%	21,66%	17,51%	5,99%	3,548		1,247
	X1_R3	217	27,65%	27,19%	26,73%	13,82%	4,61%	3,594		1,163
	X1_R4	217	22,58%	29,49%	26,73%	16,13%	5,07%	3,484		1,155
	X1_R5	217	29,49%	25,35%	25,81%	12,44%	6,91%	3,581		1,226
Pengetahuan Zakat (X2)	X2_PZ1	217	16,59%	25,81%	26,73%	21,66%	9,22%	3,189	3,212	1,216
	X2_PZ2	217	19,35%	22,12%	26,27%	23,04%	9,22%	3,194		1,251
	X2_PZ3	217	18,89%	26,27%	20,28%	25,35%	9,22%	3,203		1,268
	X2_PZ4	217	19,35%	23,04%	28,11%	20,74%	8,76%	3,235		1,230
	X2_PZ5	217	18,89%	20,74%	31,34%	21,20%	7,83%	3,217		1,203
	X2_PZ6	217	18,43%	27,19%	23,96%	20,28%	10,14%	3,235		1,253
Lingkungan Sosial (X3)	X3_LS1	217	15,67%	23,50%	31,34%	18,43%	11,06%	3,143	3,173	1,214
	X3_LS2	217	17,97%	26,27%	23,50%	24,42%	7,83%	3,221		1,224
	X3_LS3	217	21,66%	18,89%	25,35%	25,81%	8,29%	3,198		1,270
	X3_LS4	217	14,29%	27,19%	28,11%	19,82%	10,60%	3,147		1,204
	X3_LS5	217	19,35%	23,04%	26,27%	16,59%	14,75%	3,157		1,321
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	X4_KP1	217	17,51%	30,88%	23,04%	15,67%	12,90%	3,244	3,229	1,277
	X4_KP2	217	19,35%	21,66%	29,95%	19,82%	9,22%	3,221		1,231
	X4_KP3	217	17,51%	25,81%	24,42%	22,12%	10,14%	3,184		1,248
	X4_KP4	217	17,97%	24,42%	27,65%	18,43%	11,52%	3,189		1,257
	X4_KP5	217	22,58%	22,58%	26,73%	19,35%	8,76%	3,309		1,259
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	Z_KL1	217	16,13%	23,50%	26,27%	24,42%	9,68%	3,120	3,157	1,226
	Z_KL2	217	18,43%	23,96%	25,81%	21,20%	10,60%	3,184		1,259
	Z_KL3	217	21,20%	23,04%	24,88%	20,74%	10,14%	3,244		1,280
	Z_KL4	217	17,51%	22,58%	23,96%	24,88%	11,06%	3,106		1,270
	Z_KL5	217	16,59%	22,12%	27,65%	21,66%	11,98%	3,097		1,256
	Z_KL6	217	19,82%	23,96%	23,04%	22,12%	11,06%	3,194		1,291
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	Y_KZ1	217	18,43%	21,66%	32,26%	21,20%	6,45%	3,244	3,220	1,171
	Y_KZ2	217	17,05%	26,73%	26,27%	21,66%	8,29%	3,226		1,206
	Y_KZ3	217	19,35%	19,82%	35,02%	16,13%	9,68%	3,230		1,214
	Y_KZ4	217	17,05%	22,12%	28,57%	25,35%	6,91%	3,171		1,188
	Y_KZ5	217	19,35%	20,28%	30,41%	20,28%	9,68%	3,194		1,240
	Y_KZ6	217	19,35%	23,50%	28,11%	21,20%	7,83%	3,253		1,215

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan tabel 4,1 hasil deskriptif variabel penelitian. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Religiusitas (X1)

Variabel religiusitas (X1) dalam penelitian ini diukur melalui lima item pernyataan yang menggambarkan keyakinan responden terhadap kewajiban zakat, pengamalan ajaran agama dalam aktivitas berdagang, pandangan terhadap penggunaan harta usaha sesuai ajaran Islam, tanggung jawab keagamaan dalam menunaikan zakat perdagangan, serta keyakinan bahwa zakat dapat membersihkan harta dan membawa keberkahan usaha. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel religiusitas adalah 3,551. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum tingkat religiusitas pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kesadaran keagamaan yang cukup kuat dalam memandang aktivitas usaha dan kewajiban zakat sebagai bagian dari ajaran Islam.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel religiusitas adalah X1_R3 dengan nilai mean sebesar 3,594, yaitu pernyataan bahwa responden meyakini harta dari hasil usaha dagang harus digunakan sesuai dengan ajaran Islam. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah X1_R4 dengan nilai mean sebesar 3,484, yaitu pernyataan mengenai tanggung jawab secara agama untuk menunaikan zakat perdagangan apabila usaha telah memenuhi syarat. Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang relatif memiliki keyakinan kuat terhadap prinsip penggunaan harta sesuai ajaran Islam, tetapi tanggung jawab spesifik untuk menunaikan zakat perdagangan masih perlu diperkuat. Dalam konteks penelitian ini, religiusitas menjadi dasar penting yang dapat mendorong pedagang Muslim mengambil keputusan membayar

zakat perdagangan, terutama ketika kesadaran keagamaan tersebut diarahkan pada kewajiban zakat atas aktivitas usaha.

b. Pengetahuan Zakat (X2)

Variabel pengetahuan zakat (X2) diukur melalui enam item pernyataan yang berkaitan dengan pemahaman responden mengenai kewajiban zakat perdagangan, objek zakat perdagangan, nisab dan haul, kadar zakat, cara perhitungan zakat, serta pengetahuan tentang saluran pembayaran zakat melalui lembaga resmi seperti BAZNAS, LAZ, atau UPZ. Berdasarkan tabel statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel pengetahuan zakat adalah 3,212. Nilai ini menunjukkan bahwa pengetahuan zakat responden berada pada kategori cukup. Artinya, pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo secara umum telah memiliki pemahaman dasar mengenai zakat perdagangan, tetapi pemahaman tersebut belum sepenuhnya kuat atau merata pada seluruh aspek teknis zakat.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel pengetahuan zakat adalah X2_PZ4 dan X2_PZ6, masing-masing dengan nilai mean sebesar 3,235. X2_PZ4 berkaitan dengan pemahaman bahwa kadar zakat perdagangan pada umumnya sebesar 2,5% apabila telah memenuhi syarat, sedangkan X2_PZ6 berkaitan dengan pengetahuan bahwa zakat dapat disalurkan kepada lembaga zakat resmi. Adapun item dengan nilai rata-rata terendah adalah X2_PZ1 dengan nilai mean sebesar 3,189, yaitu pernyataan bahwa responden mengetahui zakat perdagangan wajib ditunaikan apabila harta dagang telah memenuhi syarat tertentu. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang cukup mengetahui aspek teknis tertentu seperti kadar zakat dan saluran

pembayaran, tetapi pemahaman mengenai dasar kewajiban zakat perdagangan masih perlu diperkuat. Dalam konteks keputusan membayar zakat perdagangan, pengetahuan zakat menjadi faktor penting karena pedagang membutuhkan pemahaman mengenai nisab, haul, dan cara perhitungan sebelum mengambil keputusan untuk membayar zakat.

c. Lingkungan Sosial (X3)

Variabel lingkungan sosial (X3) diukur melalui lima item pernyataan yang menggambarkan dukungan keluarga, pengaruh sesama pedagang, dorongan tokoh agama, dukungan lingkungan pasar, serta dorongan yang muncul ketika responden melihat pedagang lain menunaikan zakat perdagangan. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel lingkungan sosial adalah 3,173. Nilai ini berada pada kategori cukup, sehingga dapat dipahami bahwa dukungan lingkungan sosial terhadap keputusan pedagang dalam membayar zakat perdagangan sudah ada, tetapi belum berada pada tingkat yang kuat. Dengan kata lain, lingkungan sosial di sekitar pedagang telah memberikan pengaruh, namun belum sepenuhnya membentuk budaya kolektif yang kuat dalam mendorong pembayaran zakat perdagangan.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel lingkungan sosial adalah X3_LS2 dengan nilai mean sebesar 3,221, yaitu pernyataan bahwa sesama pedagang di sekitar responden memberikan pengaruh positif untuk menunaikan zakat perdagangan. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah X3_LS1 dengan nilai mean sebesar 3,143, yaitu pernyataan mengenai dukungan keluarga untuk membayar zakat perdagangan apabila usaha telah memenuhi syarat. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh

sesama pedagang relatif lebih menonjol dibandingkan dukungan keluarga dalam konteks pembayaran zakat perdagangan. Hal ini sesuai dengan karakter pasar tradisional yang memiliki interaksi sosial intensif antarpedagang.

d. Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)

Variabel kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) diukur melalui lima item pernyataan yang mencerminkan keyakinan responden terhadap amanah lembaga zakat, ketepatan penyaluran zakat kepada pihak yang berhak, transparansi dan pertanggungjawaban pengelolaan zakat, kemampuan petugas lembaga zakat dalam memberikan informasi, serta keyakinan responden ketika lembaga zakat memberikan bukti pembayaran dan informasi penyaluran. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel kepercayaan terhadap lembaga zakat adalah 3,229. Nilai ini termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang Muslim di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo memiliki tingkat kepercayaan yang cukup terhadap lembaga zakat, tetapi kepercayaan tersebut masih perlu diperkuat melalui transparansi, pelayanan, dan komunikasi kelembagaan yang lebih baik.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel kepercayaan adalah X4_KP5 dengan nilai mean sebesar 3,309, yaitu pernyataan bahwa responden merasa lebih yakin membayar zakat apabila lembaga zakat memberikan bukti pembayaran dan informasi penyaluran zakat. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah X4_KP3 dengan nilai mean sebesar 3,184, yaitu pernyataan bahwa lembaga zakat memiliki pengelolaan yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Temuan ini menunjukkan bahwa bukti pembayaran dan informasi penyaluran zakat merupakan aspek penting dalam

membangun keyakinan pedagang, sedangkan transparansi pengelolaan masih menjadi bagian yang perlu diperkuat.

e. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)

Variabel kemudahan layanan lembaga zakat (Z) diukur melalui enam item pernyataan yang meliputi kemudahan memahami informasi zakat perdagangan, kemudahan prosedur pembayaran zakat, kemudahan memperoleh konsultasi perhitungan zakat, kemudahan akses saluran pembayaran, ketersediaan layanan yang memudahkan pedagang, serta kemudahan memperoleh dan memahami bukti pembayaran zakat. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel kemudahan layanan lembaga zakat adalah 3,157. Nilai ini berada pada kategori cukup, yang berarti bahwa layanan lembaga zakat telah dipersepsikan cukup mudah oleh responden, tetapi belum sepenuhnya optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pedagang masih membutuhkan layanan yang lebih sederhana, dekat, jelas, dan mudah digunakan dalam menunaikan zakat perdagangan.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel kemudahan layanan adalah Z_KL3 dengan nilai mean sebesar 3,244, yaitu pernyataan bahwa responden mudah memperoleh bantuan atau konsultasi mengenai cara menghitung zakat perdagangan. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah Z_KL5 dengan nilai mean sebesar 3,097, yaitu pernyataan bahwa lembaga zakat menyediakan layanan yang memudahkan pedagang dalam membayar zakat, baik secara langsung maupun melalui kanal lain.

f. Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)

Variabel keputusan membayar zakat perdagangan (Y) diukur melalui enam item pernyataan yang mencerminkan kesadaran responden terhadap kewajiban zakat perdagangan, pertimbangan nisab dan haul, kemantapan membayar zakat, upaya menyisihkan hasil usaha, pemilihan saluran pembayaran yang amanah dan sesuai syariah, serta konsistensi membayar zakat ketika syarat kewajiban terpenuhi. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel keputusan membayar zakat perdagangan adalah 3,220. Nilai ini berada pada kategori cukup, sehingga dapat dipahami bahwa keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan sudah mulai terbentuk, tetapi belum berada pada tingkat yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang memiliki kecenderungan untuk membayar zakat perdagangan, namun masih terdapat ruang untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan realisasi pembayaran zakat.

Item dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel keputusan membayar zakat perdagangan adalah Y_KZ6 dengan nilai mean sebesar 3,253, yaitu pernyataan bahwa responden berusaha membayar zakat perdagangan secara tepat dan konsisten ketika syarat kewajiban zakat telah terpenuhi. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah Y_KZ4 dengan nilai mean sebesar 3,171, yaitu pernyataan bahwa responden berupaya menyisihkan sebagian hasil usaha untuk memenuhi kewajiban zakat perdagangan. Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki kecenderungan untuk membayar zakat secara tepat dan konsisten apabila syaratnya terpenuhi, tetapi praktik menyisihkan hasil usaha secara khusus untuk zakat masih relatif lebih rendah.

Dalam konteks pedagang pasar tradisional, kondisi ini dapat berkaitan dengan perputaran modal harian, kebutuhan usaha, dan belum optimalnya pencatatan keuangan. Oleh karenanya, keputusan membayar zakat perdagangan perlu didukung oleh edukasi zakat, pembiasaan pencatatan usaha, serta layanan zakat yang mudah dijangkau oleh pedagang.

C. Hasil uji Analisis Data

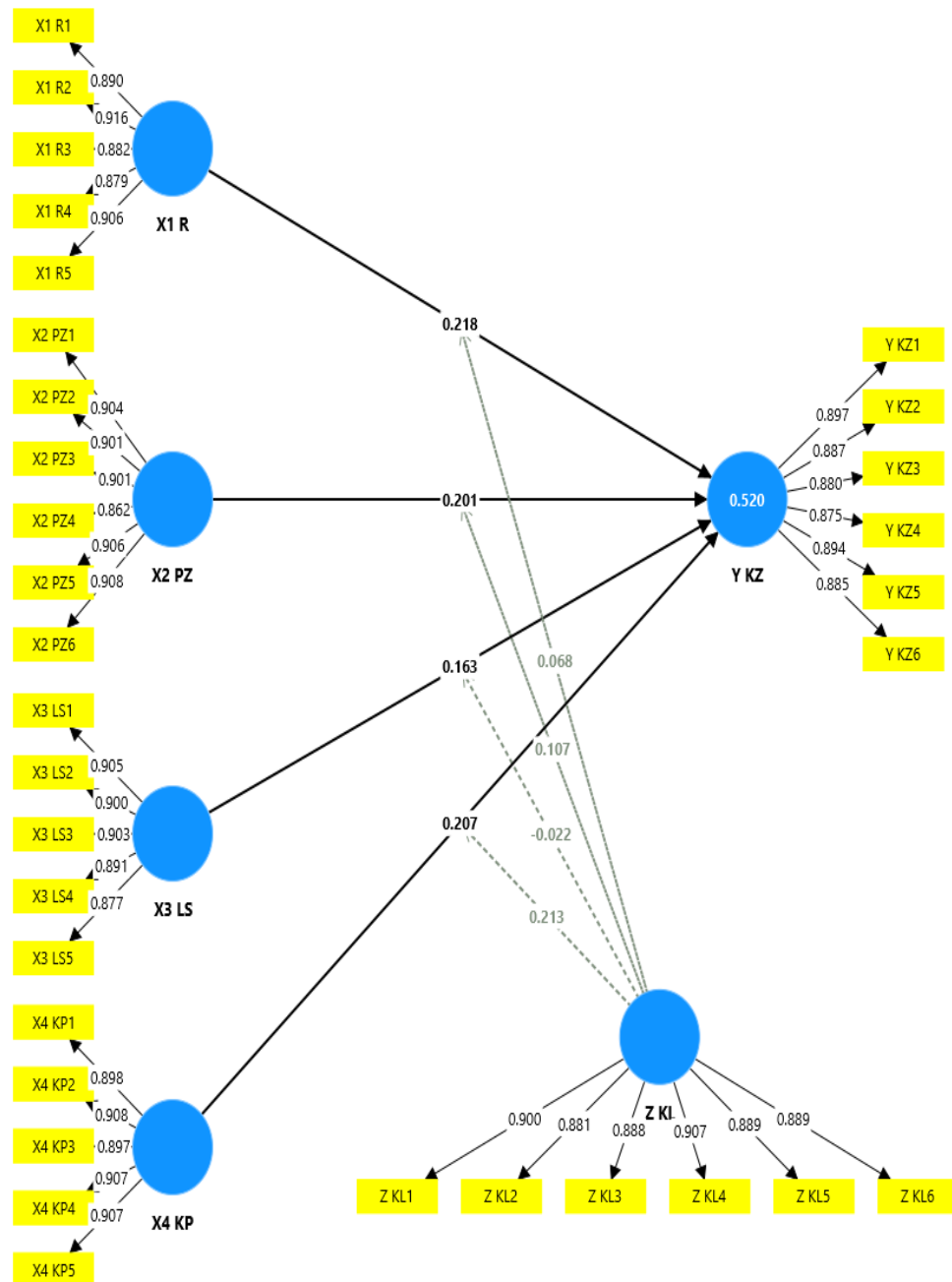
1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

a. *Convergent validity*

Langkah awal dalam evaluasi *Outer model* dilakukan dengan menguji *Convergent validity* atau validitas konvergen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk atau variabel laten yang diukur. Validitas konvergen dapat dilihat melalui nilai *outer loading* atau *standardized loading factor*, yaitu nilai yang menunjukkan tingkat korelasi antara masing-masing indikator dengan konstraknya. Semakin tinggi nilai *outer loading*, semakin besar kemampuan indikator dalam menjelaskan konstruk yang diukur.

Menurut Ghazali dan Latan (2012), *standardized loading factor* digunakan untuk menilai reliabilitas item secara individual karena menunjukkan kekuatan hubungan antara indikator dan variabel laten. Sementara itu, Hair dkk. (2021) menyatakan bahwa nilai *outer loading* yang ideal adalah minimal 0,70. Indikator dengan nilai *outer loading* di atas 0,70 dapat dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen. Adapun hasil pengujian *outer loading* dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Gambar 4. 6 Gambar Crossloading



Tabel 4. 3 Cross loading

Variabel	Item	Loading Faktor	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1_R1	0,890	Valid
	X1_R2	0,916	Valid
	X1_R3	0,882	Valid
	X1_R4	0,879	Valid
	X1_R5	0,906	Valid
Pengetahuan Zakat (X2)	X2_PZ1	0,904	Valid
	X2_PZ2	0,901	Valid
	X2_PZ3	0,901	Valid
	X2_PZ4	0,862	Valid
	X2_PZ5	0,906	Valid
	X2_PZ6	0,908	Valid
Lingkungan Sosial (X3)	X3_LS1	0,905	Valid
	X3_LS2	0,900	Valid
	X3_LS3	0,903	Valid
	X3_LS4	0,891	Valid
	X3_LS5	0,877	Valid
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	X4_KP1	0,898	Valid
	X4_KP2	0,908	Valid
	X4_KP3	0,897	Valid
	X4_KP4	0,907	Valid
	X4_KP5	0,907	Valid
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	Y_KZ1	0,897	Valid
	Y_KZ2	0,887	Valid
	Y_KZ3	0,880	Valid
	Y_KZ4	0,875	Valid
	Y_KZ5	0,894	Valid
	Y_KZ6	0,885	Valid
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	Z_KL1	0,900	Valid
	Z_KL2	0,881	Valid
	Z_KL3	0,888	Valid
	Z_KL4	0,907	Valid
	Z_KL5	0,889	Valid
	Z_KL6	0,889	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat di ketahui bahwa semua item memiliki nilai loading faktor $> ,07$ yang dapat diartikan bahwa semua item sudah valid.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

No.	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Kriteria	Keterangan
1	Religiusitas (X1)	0,801	> 0,50	Valid
2	Pengetahuan Zakat (X2)	0,805	> 0,50	Valid
3	Lingkungan Sosial (X3)	0,801	> 0,50	Valid
4	Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	0,816	> 0,50	Valid
5	Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	0,796	> 0,50	Valid
6	Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,786	> 0,50	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan tabel 4.4 meunjukkan hasil bahwa, uji validitas nilai AVE dari keseluruhan variabel yaitu terdiri dari lima variabel menunjukkan nilai AVE >0,50. Nilai AVE paling tinggi variabel keputusan pembelian.

b. *Composite Reliability* dan Cronbach's Alpha

Tahap berikutnya dalam evaluasi *Outer model* adalah menguji internal consistency reliability. Pengujian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi dalam mengukur variabel yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menilai konsistensi antarindikator dalam suatu konstruk, sedangkan *Composite Reliability* digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk dengan mempertimbangkan nilai loading dari masing-masing

indikator. Menurut Hair dkk. (2021), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,70.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
Religiusitas (X1)	0,938	0,942	0,953
Pengetahuan Zakat (X2)	0,952	0,962	0,961
Lingkungan Sosial (X3)	0,938	0,94	0,953
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	0,944	0,947	0,957
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,945	0,947	0,956
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	0,949	0,952	0,959

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Hasil pengujian pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memenuhi kriteria uji reliabilitas. Hal tersebut didasari pada nilai cronbach alpha dan *Composite Reliability* seluruh variabel laten memiliki nilai $>0,7$. Maka dari itu, seluruh variabel laten dinyatakan reliabel setelah memenuhi semua kriteria pengukuran.

c. Diskriminan Validity

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mengukur konstruk yang sesuai. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cross loading*. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai loading pada konstruk yang diukur lebih besar dibandingkan nilai loading pada konstruk lainnya. Indikator yang memiliki

nilai tertinggi pada variabel laten yang seharusnya diukur dapat dinyatakan memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 4. 6 Cross loading Discriminant validity

Item	Religiusitas (X1)	Pengetahuan Zakat (X2)	Lingkungan Sosial (X3)	Kepercayaan Lembaga (X4)	Keputusan Zakat (Y)	Kemudahan Layanan (Z)
X1_R1	0,89	0,237	0,125	0,183	0,33	0,11
X1_R2	0,92	0,266	0,16	0,25	0,39	0,06
X1_R3	0,88	0,162	0,181	0,167	0,33	0,11
X1_R4	0,88	0,224	0,158	0,193	0,32	0,05
X1_R5	0,91	0,238	0,16	0,218	0,33	0,1
X2_PZ1	0,24	0,904	0,128	0,21	0,29	0,13
X2_PZ2	0,23	0,901	0,175	0,209	0,35	0,11
X2_PZ3	0,26	0,901	0,185	0,245	0,39	0,14
X2_PZ4	0,2	0,862	0,1	0,18	0,23	0,02
X2_PZ5	0,2	0,906	0,176	0,248	0,33	0,06
X2_PZ6	0,23	0,908	0,201	0,234	0,34	0,14
X3_LS1	0,21	0,176	0,905	0,139	0,35	0,23
X3_LS2	0,13	0,16	0,9	0,16	0,37	0,28
X3_LS3	0,18	0,139	0,903	0,149	0,36	0,3
X3_LS4	0,12	0,171	0,891	0,148	0,4	0,27
X3_LS5	0,16	0,181	0,877	0,179	0,33	0,19
X4_KP1	0,2	0,177	0,158	0,898	0,34	0,06
X4_KP2	0,17	0,242	0,188	0,908	0,33	0,13
X4_KP3	0,2	0,163	0,061	0,897	0,31	0,09
X4_KP4	0,26	0,27	0,157	0,907	0,38	0,19
X4_KP5	0,2	0,261	0,202	0,907	0,37	0,17
Y_KZ1	0,32	0,293	0,363	0,353	0,9	0,32
Y_KZ2	0,36	0,341	0,39	0,366	0,89	0,38
Y_KZ3	0,34	0,308	0,384	0,336	0,88	0,36
Y_KZ4	0,32	0,293	0,358	0,302	0,88	0,41
Y_KZ5	0,36	0,353	0,257	0,297	0,89	0,3
Y_KZ6	0,32	0,356	0,393	0,38	0,89	0,39
Z_KL1	0,09	0,14	0,277	0,144	0,38	0,9
Z_KL2	0,11	0,026	0,266	0,104	0,36	0,88
Z_KL3	0,11	0,131	0,25	0,149	0,39	0,89
Z_KL4	0,06	0,093	0,25	0,117	0,32	0,91
Z_KL5	0,08	0,102	0,237	0,13	0,39	0,89
Z_KL6	0,04	0,137	0,257	0,118	0,32	0,89

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui nilai *Cross loading* indikator yang mengatur variabel yang bersangkutan lebih besar dari pada indikator tersebut mengukur variabel lainnya. Semua nilai $>0,07$. Maka dapat

disimpulkan bahwa hasil dari instrumen penelitian ini memenuhi *Discriminant validity*.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner model*)

Inner model digunakan untuk menilai hubungan antarvariabel laten dalam model struktural. Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta melihat tingkat signifikansi hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Salah satu ukuran yang digunakan dalam evaluasi *Inner model* adalah nilai R-Square (R^2). Nilai R^2 menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 , semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan konstruk endogen yang diteliti. Hasil pengujian nilai R^2 dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji R Square

Variabel Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,52	0,499

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Nilai R-Square pada variabel keputusan membayar zakat perdagangan adalah sebesar 0,520. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, kemudahan layanan lembaga zakat, dan interaksi moderasi mampu menjelaskan variabel keputusan membayar zakat perdagangan sebesar 52,0%.

Sementara itu, sisanya sebesar 48,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Faktor lain tersebut dapat berupa pendapatan pedagang, pengalaman membayar zakat, kebiasaan menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik, intensitas sosialisasi zakat, pencatatan keuangan usaha, atau

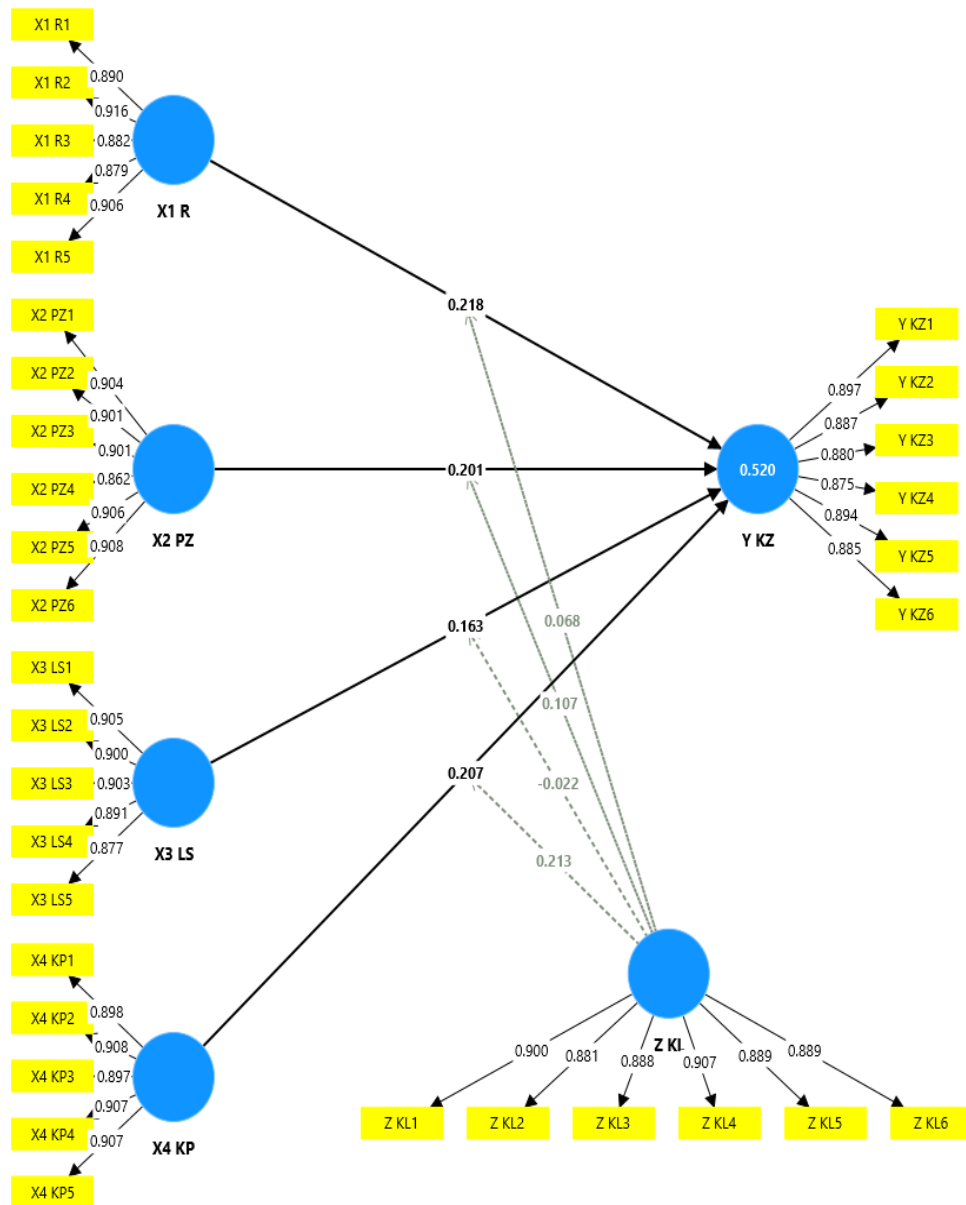
faktor kelembagaan lainnya. Nilai R-Square Adjusted sebesar 0,499 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor dalam model, kemampuan penjelasan model berada pada angka 49,9%. Nilai ini termasuk dalam kategori sedang, sehingga model penelitian dinilai cukup mampu menjelaskan keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

a. Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

Nilai *path coefficient* pada *Inner model* digunakan untuk melihat arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dalam pengujian hipotesis. Signifikansi hubungan tersebut dapat dilihat melalui nilai *T-statistic*. Pada pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi 5%, nilai *T-statistic* harus lebih besar dari 1,96 untuk pengujian dua arah atau two-tailed, sedangkan untuk pengujian satu arah atau one-tailed, nilai *T-statistic* harus lebih besar dari 1,64. Apabila nilai *T-statistic* melebihi batas tersebut, hubungan antarvariabel dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Hal ini mengacu pada kriteria pengujian hipotesis sebagaimana dijelaskan oleh Hartono dan Abdillah (2009).

Gambar 4. 7 Graphical Output Uji Hipotesis



Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket.
Religiusitas (X1) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.218	0.217	0.050	4.317	0.000	Signifikan
Pengetahuan Zakat (X2) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.201	0.202	0.050	3.982	0.000	Signifikan
Lingkungan Sosial (X3) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.163	0.164	0.051	3.162	0.002	Signifikan
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.207	0.207	0.052	3.975	0.000	Signifikan
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Religiusitas (X1) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.068	0.069	0.044	1.533	0.125	Tidak Signifikan
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Pengetahuan Zakat (X2) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.107	0.107	0.044	2.432	0.015	Signifikan
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Lingkungan Sosial (X3) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	-0.022	-0.024	0.041	0.540	0.589	Tidak Signifikan
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.213	0.212	0.042	5.061	0.000	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Hasil uji hipotesis penelitian di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Religiusitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai T-statistics sebesar

4,317 > 1,96 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan membayar zakat perdagangan.

- 2) Pengetahuan zakat (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), yang ditunjukkan oleh nilai T-statistics sebesar $3,982 > 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman pedagang mengenai zakat perdagangan, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan membayar zakat.
- 3) Lingkungan sosial (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai T-statistics sebesar $3,162 > 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pedagang untuk membayar zakat perdagangan. Dukungan keluarga, sesama pedagang, tokoh agama, maupun komunitas sekitar dapat memperkuat kesadaran dan motivasi pedagang dalam menunaikan zakat.
- 4) Kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai T-statistics sebesar $3,975 > 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pedagang terhadap lembaga zakat, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan membayar zakat perdagangan

melalui lembaga zakat. Transparansi, akuntabilitas, dan profesionalisme lembaga zakat menjadi faktor penting dalam membangun keyakinan pedagang untuk menyalurkan zakatnya.

b. Hasil Uji Moderasi

Pengujian efek moderasi dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient*, *T-statistics*, dan *P-values* pada hubungan interaksi antara variabel independen dengan variabel moderasi terhadap variabel dependen. Hubungan moderasi dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistics* $> 1,96$ dan nilai *P-values* $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%. Kriteria tersebut mengacu pada Hartono dan Abdillah (2009), yang menyatakan bahwa hipotesis diterima apabila nilai *T-statistics* melebihi nilai kritis 1,96 pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian moderasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

- 1) Interaksi antara religiusitas (X1) dan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai *T-statistics* sebesar $1,533 < 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,125 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat tidak mampu memoderasi hubungan religiusitas terhadap keputusan membayar zakat perdagangan.
- 2) Interaksi antara pengetahuan zakat (X2) dan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai *T-statistics* sebesar $2,432 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,015 < 0,05$. Hasil tersebut

- menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat mampu memoderasi hubungan pengetahuan zakat terhadap keputusan membayar zakat perdagangan.
- 3) Interaksi antara lingkungan sosial (X3) dan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai *T-statistics* sebesar $0,540 < 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,589 > 0,05$. Dengan demikian, kemudahan layanan lembaga zakat tidak mampu memoderasi hubungan lingkungan sosial terhadap keputusan membayar zakat perdagangan.
 - 4) Interaksi antara kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) dan kemudahan layanan lembaga zakat (Z) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai *T-statistics* sebesar $5,061 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat mampu memoderasi hubungan kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan membayar zakat perdagangan.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient sebesar 0,218, T-statistic sebesar 4,317 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang Muslim, semakin kuat pula keputusan mereka untuk membayar zakat perdagangan.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Value–Belief–Norm Theory* (VBN Theory). Dalam teori ini, perilaku seseorang dibentuk secara hierarkis oleh nilai-nilai yang dianutnya, keyakinan terhadap konsekuensi suatu tindakan, serta norma pribadi yang mendorong individu untuk bertindak (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Religiusitas berperan sebagai fondasi nilai moral dan spiritual yang membentuk keyakinan pedagang bahwa zakat perdagangan merupakan kewajiban agama yang tidak dapat diabaikan. Keyakinan tersebut kemudian menginternalisasi menjadi norma pribadi berupa rasa tanggung jawab untuk menunaikan zakat ketika usaha telah memenuhi syarat syariah.

Temuan ini relevan jika dilihat dari karakteristik responden penelitian. Mayoritas responden berada pada rentang usia 46–55 tahun (29%) dan 36–45 tahun (28%), yakni kelompok usia yang telah melewati fase pembentukan identitas religius dan memiliki pengalaman keagamaan yang lebih matang. Pedagang pada kelompok usia ini umumnya telah lama berinteraksi dengan ajaran agama, sehingga nilai-nilai Islam (kewajiban zakat) sudah terinternalisasi secara lebih mendalam.

Kondisi ini memperkuat temuan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakat, karena kelompok usia produktif-matang cenderung memandang zakat perdagangan bukan sekadar anjuran, melainkan sebagai kewajiban yang melekat pada aktivitas usaha mereka.

Dari sisi distribusi frekuensi jawaban responden, item X1_R3 yang menyatakan “Saya meyakini bahwa harta dari hasil usaha dagang harus digunakan sesuai dengan ajaran Islam” memiliki nilai mean tertinggi sebesar 3,594, dengan persentase jawaban Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) mencapai 54,84%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden secara aktif meyakini bahwa harta perdagangan harus dikelola sesuai tuntunan agama. Adapun item X1_R4 yang berkaitan dengan tanggung jawab agama untuk menunaikan zakat perdagangan memiliki nilai mean terendah sebesar 3,484, meskipun masih tergolong tinggi. Distribusi jawaban pada item ini menunjukkan bahwa 16,13% responden memilih Tidak Setuju dan 5,07% memilih Sangat Tidak Setuju, mengindikasikan bahwa sebagian pedagang belum sepenuhnya menerjemahkan keyakinan umum tentang ajaran Islam ke dalam tanggung jawab spesifik terhadap zakat perdagangan. Selisih nilai mean antara X1_R3 dan X1_R4 ini mencerminkan adanya “celi kognitif” antara keyakinan religius yang bersifat umum dan kewajiban zakat yang bersifat spesifik-teknis.

Dari sisi loading faktor, seluruh indikator variabel religiusitas memiliki nilai outer loading yang tinggi dan melampaui batas minimum 0,70. Indikator X1_R2 memiliki loading factor tertinggi sebesar 0,916, diikuti oleh X1_R5 sebesar 0,906, X1_R1 sebesar 0,890, X1_R3 sebesar 0,882, dan X1_R4 sebesar 0,879. Tingginya nilai loading factor pada seluruh indikator menunjukkan bahwa masing-masing

item mampu merepresentasikan konstruk religiusitas secara kuat. Item X1_R2 yang berkaitan dengan pengamalan ajaran agama dalam aktivitas berdagang menjadi indikator paling dominan, mengindikasikan bahwa dimensi praktis religiusitas yakni penerapan ajaran Islam dalam keseharian usaha merupakan aspek yang paling kuat membentuk konstruk religiusitas pedagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

Temuan penelitian ini konsisten dengan sejumlah studi terdahulu yang menunjukkan bahwa religiusitas merupakan prediktor kuat kepatuhan dan keputusan membayar zakat. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk menunaikan zakat secara sadar dan konsisten, termasuk dalam konteks zakat perdagangan (Yasin et al., 2022; Firdaus et al., 2024; Rosmiyah et al., 2025). Berdasarkan uraian tersebut, penguatan zakat perdagangan tidak cukup melalui pendekatan administratif semata, tetapi harus diimbangi dengan penguatan nilai-nilai keagamaan yang secara eksplisit menghubungkan religiusitas pedagang dengan kewajiban konkret zakat perdagangan.

B. Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan zakat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient sebesar 0,201, T-statistic sebesar 3,982 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Artinya, semakin baik pengetahuan pedagang mengenai zakat perdagangan, semakin kuat pula keputusan mereka untuk membayarnya.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui Decision-Making Theory. Pedagang yang memiliki pengetahuan zakat lebih memadai akan lebih mudah memahami kapan zakat perdagangan wajib ditunaikan, bagaimana cara menghitungnya, dan melalui saluran apa zakat dapat dibayarkan. Pengetahuan tersebut mengurangi ketidakpastian kognitif dalam proses pengambilan keputusan (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Dalam konteks zakat perdagangan yang memiliki ketentuan teknis cukup kompleks (mencakup nisab, haul, objek harta dagang, dan kadar 2,5%) pengetahuan menjadi prasyarat agar pedagang dapat menilai secara mandiri apakah usahanya telah memenuhi syarat zakat.

Argumentasi ini diperkuat oleh karakteristik responden. Tingkat pendidikan mayoritas responden berada pada level SMA/ sederajat (42%) dan SMP/ sederajat (24%). Latar belakang pendidikan menengah ini menunjukkan bahwa responden memiliki kapasitas dasar untuk memahami informasi tertulis mengenai zakat, namun juga mengindikasikan keterbatasan dalam memahami aspek-aspek teknis zakat perdagangan yang bersifat fiqhiyyah dan finansial secara mandiri. Di samping itu, dengan omzet dominan di bawah Rp5.000.000 per bulan (36%) dan Rp5.000.000–Rp10.000.000 (32%), sebagian besar pedagang mungkin berada di ambang batas nisab atau bahkan belum mencapainya, sehingga pengetahuan tentang cara menghitung nisab dan haul menjadi krusial untuk menentukan apakah kewajiban zakat sudah berlaku atas usaha mereka.

Dari sisi distribusi frekuensi, variabel pengetahuan zakat memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,212 (kategori cukup). Item X2_PZ4 dan X2_PZ6 berbagi nilai mean tertinggi sebesar 3,235. Item X2_PZ4 berkaitan dengan pemahaman kadar zakat perdagangan sebesar 2,5%, di mana 42,39% responden

menjawab SS dan S. Item X2_PZ6 berkaitan dengan pengetahuan tentang saluran pembayaran melalui BAZNAS, LAZ, atau UPZ, dengan 45,62% menjawab SS dan S. Sebaliknya, item X2_PZ1 tentang kewajiban dasar zakat perdagangan memiliki mean terendah sebesar 3,189, dengan 30,88% responden menjawab TS dan STS (persentase tertinggi di antara semua item pengetahuan zakat). Pola ini menunjukkan paradoks menarik: pedagang lebih mengenal aspek teknis (kadar dan saluran) dibandingkan fondasi normatif kewajiban zakat perdagangan itu sendiri. Kondisi ini kemungkinan berkaitan dengan paparan informasi yang lebih sering menyentuh prosedur daripada landasan hukum zakat perdagangan.

Dari sisi loading faktor, seluruh indikator pengetahuan zakat menunjukkan nilai outer loading yang sangat tinggi. Indikator X2_PZ6 memiliki loading factor tertinggi sebesar 0,908, diikuti X2_PZ5 sebesar 0,906, X2_PZ1 sebesar 0,904, X2_PZ2 dan X2_PZ3 masing-masing sebesar 0,901, serta X2_PZ4 sebesar 0,862. Meskipun X2_PZ4 memiliki loading factor terendah dalam variabel ini, nilainya tetap jauh di atas ambang 0,70, menunjukkan bahwa seluruh indikator berkontribusi kuat dalam mengukur konstruk pengetahuan zakat. Tingginya loading factor X2_PZ6 (pengetahuan saluran pembayaran) mengindikasikan bahwa dimensi pengetahuan yang bersifat aplikatif (mengetahui ke mana zakat harus disalurkan) merupakan aspek yang paling representatif dari konstruk pengetahuan zakat dalam konteks pedagang pasar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa pengetahuan zakat berpengaruh positif terhadap kepatuhan dan keputusan membayar zakat (Yasin et al., 2022; Saad et al., 2020; Malik et al., 2024). Implikasinya, edukasi zakat perdagangan perlu memprioritaskan penguatan

pemahaman normatif (dasar kewajiban) yang selama ini masih lebih lemah dibandingkan pemahaman prosedural, agar pedagang tidak hanya mengetahui “bagaimana” membayar zakat, tetapi juga memahami “mengapa” dan “kapan” zakat perdagangan menjadi wajib atas usaha mereka.

C. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa lingkungan sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient sebesar 0,163, T-statistic sebesar 3,162 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,002 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Artinya, semakin kuat dukungan lingkungan sosial yang dirasakan pedagang, semakin kuat pula keputusan mereka untuk membayar zakat perdagangan.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui VBN Theory. Lingkungan sosial berperan dalam membentuk norma sosial yang selanjutnya menguat menjadi norma pribadi pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan. Dorongan dari keluarga, sesama pedagang, tokoh agama, dan komunitas pasar menciptakan ekspektasi sosial yang membuat zakat dipandang bukan hanya sebagai kewajiban individual, tetapi juga sebagai praktik sosial-keagamaan yang hidup dalam komunitas (Stern et al., 1999; Stern, 2000).

Karakteristik responden memberikan konteks penting untuk memahami temuan ini. Komposisi jenis kelamin responden relatif seimbang antara laki-laki (53%) dan perempuan (47%). Dalam konteks pasar tradisional, pedagang perempuan umumnya memiliki jaringan sosial yang lebih intensif di lingkungan pasar dan keluarga, sementara pedagang laki-laki cenderung lebih terlibat dalam forum keagamaan dan komunitas perdagangan yang lebih luas. Kedua pola interaksi ini sama-sama berpotensi memperkuat norma sosial terkait zakat perdagangan. Selain itu, dominasi usia responden pada rentang 36–55 tahun mengindikasikan bahwa mayoritas pedagang telah memiliki jaringan sosial yang mapan di lingkungan pasar, baik dengan sesama pedagang, pembeli tetap, maupun tokoh agama setempat, sehingga pengaruh lingkungan sosial menjadi lebih terasa dan efektif.

Dari sisi distribusi frekuensi, variabel lingkungan sosial memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,173 (kategori cukup). Item X3_LS2 tentang pengaruh positif sesama pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan memiliki mean tertinggi sebesar 3,221, dengan persentase SS+S sebesar 44,24%. Item X3_LS3 yang berkaitan dengan dorongan tokoh agama di lingkungan pasar memiliki persentase SS sebesar 21,66%, tertinggi di antara semua item lingkungan sosial, menunjukkan bahwa figur otoritatif keagamaan di lingkungan pasar cukup berperan. Sebaliknya, item X3_LS1 tentang dukungan keluarga memiliki mean terendah sebesar 3,143, dengan 29,49% responden menjawab TS dan STS. Pola distribusi ini memperkuat argumentasi bahwa ruang pasar telah terbentuk sebagai lingkungan sosial tersendiri dengan norma dan dinamikanya sendiri, di mana

pengaruh peer-group sesama pedagang lebih dominan dibandingkan pengaruh keluarga dalam mendorong keputusan membayar zakat perdagangan.

Dari sisi loading faktor, seluruh indikator lingkungan sosial menunjukkan nilai outer loading yang sangat tinggi. Indikator X3_LS1 memiliki loading factor tertinggi sebesar 0,905, diikuti X3_LS3 sebesar 0,903, X3_LS2 sebesar 0,900, X3_LS4 sebesar 0,891, dan X3_LS5 sebesar 0,877. Menarik untuk dicatat bahwa X3_LS1 (dukungan keluarga) yang memiliki mean deskriptif terendah, justru memiliki loading factor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara konstruk laten, dukungan keluarga merupakan indikator yang paling kuat merepresentasikan variabel lingkungan sosial, meskipun dalam realitasnya pengaruh tersebut belum dirasakan secara optimal oleh responden. Dengan kata lain, ada potensi besar yang belum tergali dari lingkungan keluarga sebagai agen sosialisasi zakat perdagangan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial, norma subjektif, dan pengaruh sosial dapat mendorong perilaku membayar zakat (Faisal & Sari, 2025; Amelia & Jamilah, 2022; Nopiardo et al., 2025). Implikasinya, upaya peningkatan zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo perlu secara aktif melibatkan dua lapisan lingkungan sosial: lingkungan pasar (sesama pedagang dan tokoh agama) yang sudah cukup berpengaruh, serta lingkungan keluarga yang masih memiliki ruang besar untuk dioptimalkan sebagai agen pendorong keputusan berzakat.

D. Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient sebesar 0,207, T-statistic sebesar 3,975 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis keempat diterima. Artinya, semakin tinggi kepercayaan pedagang terhadap lembaga zakat, semakin kuat pula keputusan mereka untuk membayar zakat perdagangan melalui lembaga.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui konsep kepercayaan kelembagaan. Kepercayaan muncul ketika seseorang memiliki keyakinan bahwa pihak lain mampu bertindak secara amanah, kompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan (Mayer et al., 1995; Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan berperan mereduksi persepsi risiko pedagang terhadap kemungkinan penyalahgunaan dana zakat, dan menjadi jembatan yang menghubungkan kesadaran berzakat dengan keputusan aktual menyalurkan zakat melalui lembaga formal.

Karakteristik responden memberikan latar belakang penting untuk memahami dinamika kepercayaan ini. Dengan omzet dominan pada kategori rendah-menengah (36% di bawah Rp5 juta dan 32% antara Rp5–10 juta per bulan), pedagang berada dalam kondisi di mana setiap keputusan membayar zakat memerlukan pertimbangan yang matang. Dalam konteks ini, kepercayaan terhadap lembaga zakat menjadi faktor yang sangat signifikan: pedagang dengan omzet terbatas akan lebih selektif dalam memilih saluran pembayaran zakat yang diyakini mampu menyalurkan dana secara tepat sasaran. Ketidakpercayaan terhadap lembaga dapat mendorong pedagang memilih membayar zakat secara langsung kepada mustahik, yang meskipun sah secara syariah, kurang optimal dari sisi pengelolaan zakat secara sistemik.

Dari sisi distribusi frekuensi, variabel kepercayaan terhadap lembaga zakat memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,229 (kategori cukup). Item X4_KP5 tentang keyakinan membayar zakat ketika lembaga memberikan bukti pembayaran dan informasi penyaluran memiliki mean tertinggi sebesar 3,309, dengan persentase SS+S sebesar 45,16%, tertinggi di antara semua item kepercayaan. Ini menunjukkan bahwa pedagang sangat mementingkan transparansi yang bersifat konkret dan dapat diverifikasi. Sebaliknya, item X4_KP3 tentang keyakinan terhadap transparansi dan pertanggungjawaban pengelolaan lembaga zakat memiliki mean terendah sebesar 3,184, dengan 32,26% responden menjawab TS dan STS memiliki persentase ketidaksetujuan tertinggi dalam variabel ini. Pola ini mengindikasikan bahwa meskipun pedagang cukup percaya pada mekanisme teknis (bukti bayar), kepercayaan terhadap sistem tata kelola lembaga secara keseluruhan masih lebih rendah dan perlu diperkuat secara serius.

Dari sisi loading faktor, seluruh indikator kepercayaan terhadap lembaga zakat menunjukkan nilai outer loading yang sangat tinggi. Indikator X4_KP2 memiliki loading factor tertinggi sebesar 0,908, diikuti X4_KP4 dan X4_KP5 masing-masing sebesar 0,907, X4_KP3 sebesar 0,897, dan X4_KP1 sebesar 0,898. Item X4_KP2 yang berkaitan dengan keyakinan bahwa lembaga zakat menyalurkan dana kepada pihak yang berhak secara tepat menjadi indikator terkuat konstruk kepercayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa inti kepercayaan pedagang terhadap lembaga zakat berada pada aspek ketepatan distribusi, yakni apakah dana zakat benar-benar sampai kepada mustahik yang berhak bukan semata pada aspek prosedural atau administratif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh positif terhadap keputusan dan kepatuhan membayar zakat (Elpina & Lubis, 2022; Utami et al., 2021; Febriandika et al., 2023). Implikasinya, lembaga zakat perlu memperkuat dimensi transparansi distribusi secara konkret bukan hanya melalui laporan tahunan yang formal, tetapi melalui bukti penyaluran yang mudah diakses, komunikasi langsung kepada pedagang mengenai siapa yang menerima manfaat, dan kehadiran fisik di lingkungan pasar yang membuktikan komitmen lembaga secara nyata.

E. Efek Moderasi Kemudahan Layanan Lembaga Zakat

1. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Tidak Memperkuat Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat (Z) tidak memperkuat pengaruh religiusitas (X1) terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient interaksi sebesar 0,068, T-statistic sebesar 1,533 ($< 1,96$), dan P-value sebesar 0,125 ($> 0,05$). Dengan demikian, hipotesis moderasi pertama ditolak.

Secara teoritis, hasil ini dapat dipahami melalui perbedaan antara dimensi internal dan eksternal dalam VBN Theory. Religiusitas berperan sebagai sumber nilai moral intrinsik yang membentuk norma pribadi secara mandiri, sedangkan kemudahan layanan beroperasi pada tataran pragmatis-eksternal (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Karena religiusitas bersumber dari keyakinan spiritual yang otonom, pengaruhnya terhadap keputusan membayar zakat tidak bergantung pada ada tidaknya kemudahan layanan formal.

Argumentasi ini diperkuat oleh karakteristik responden. Nilai mean variabel religiusitas yang tergolong tinggi (3,551) pada responden yang mayoritas berusia 36–55 tahun menunjukkan bahwa pedagang dalam kelompok ini telah memiliki keyakinan keagamaan yang mapan dan relatif mandiri. Pedagang yang religius di usia matang cenderung telah memiliki saluran zakat yang biasa mereka gunakan baik melalui masjid, tokoh agama, atau langsung kepada mustahik yang tidak bergantung pada kualitas layanan lembaga zakat formal. Mereka dapat tetap menunaikan zakat meskipun layanan lembaga zakat belum optimal.

Dari sisi distribusi frekuensi variabel kemudahan layanan (Z), nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,157 (kategori cukup) dengan item Z_KL5 tentang ketersediaan layanan yang memudahkan pembayaran zakat memiliki mean terendah (3,097). Sebanyak 33,64% responden menjawab TS dan STS pada item ini. Kondisi ini mengindikasikan bahwa layanan lembaga zakat memang belum dirasakan mudah oleh banyak pedagang. Namun demikian, rendahnya kemudahan layanan tidak serta-merta menurunkan pengaruh religiusitas terhadap keputusan berzakat, justru karena pedagang yang religius memilih jalur alternatif. Dari sisi loading faktor variabel Z, indikator Z_KL4 memiliki loading tertinggi (0,907), berkaitan dengan kemudahan akses saluran pembayaran, sementara Z_KL2 memiliki loading terendah (0,881). Kesemuanya tetap valid dan kuat, namun besarnya persepsi hambatan pada Z_KL5 memperjelas mengapa kemudahan layanan belum mampu mengintervensi hubungan religiusitas yang bersifat intrinsik.

Secara statistik, penolakan hipotesis ini tidak serta-merta mencerminkan kelemahan model, melainkan justru mengungkap fenomena psikologis dan teologis yang penting: religiusitas yang bersifat intrinsik beroperasi pada tataran motivasi yang berdiri sendiri (*autonomous motivation*), sehingga secara struktural tidak membutuhkan kondisi eksternal apapun termasuk kemudahan layanan lembaga sebagai penguat agar ia dapat berujung pada keputusan nyata membayar zakat perdagangan.

Pemahaman mendalam atas temuan ini memerlukan pijakan pada konsep klasik dalam psikologi agama, yakni pembedaan Allport dan Ross (1967) antara *intrinsic religiousness* dan *extrinsic religiousness*. Religiusitas intrinsik menggambarkan kondisi individu yang menghayati agama sebagai tujuan itu sendiri (*end in itself*): nilai-nilai keagamaan telah terinternalisasi secara mendalam sehingga menjadi bagian dari identitas diri, bukan sekadar sarana untuk memperoleh manfaat sosial, psikologis, atau praktis lainnya. Sebaliknya, religiusitas ekstrinsik menempatkan agama sebagai alat (*means*) untuk mencapai tujuan di luar agama itu sendiri, seperti penerimaan sosial, rasa aman, atau status komunitas. Dalam kerangka ini, pedagang dengan religiusitas tinggi yang terukur dalam penelitian ini (mean $X_1 = 3,551$) secara tipikal beroperasi lebih dekat pada dimensi intrinsik: mereka tidak bertanya "*apakah membayar zakat itu mudah?*", melainkan "*bagaimana saya menunaikan kewajiban ini?*" sebuah orientasi kognitif yang sama sekali berbeda.

Pembedaan ini diperkuat oleh kerangka *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985, 2000) yang membedakan regulasi motivasi berdasarkan tingkat internalisasinya. Pada level motivasi tertinggi, yakni *integrated regulation* dan

intrinsic motivation, individu berperilaku karena nilai yang ia pegang sepenuhnya telah menyatu dengan dirinya. Dalam kondisi ini, faktor eksternal seperti kemudahan prosedur, ketersediaan petugas, atau fitur digital hanya relevan sebagai variabel *preferensi saluran (channel preference)*, bukan variabel penentu keputusan. Artinya, variabel Z (kemudahan layanan) secara teoritis hanya dapat berperan sebagai moderator yang bermakna apabila keputusan berzakat pedagang masih berada dalam zona deliberasi, yakni ketika mereka belum sepenuhnya memutuskan apakah akan berzakat atau tidak. Namun, bagi pedagang yang religiusitasnya sudah tinggi, keputusan itu secara psikologis sudah dibuat jauh sebelum mereka berhadapan dengan prosedur lembaga zakat manapun.

Dimensi teologis memperkuat dan memperdalam argumen psikologis di atas. Dalam fikih Islam, zakat dikategorikan sebagai *fard 'ayn*, yakni kewajiban yang melekat pada setiap individu Muslim yang telah memenuhi syarat (*mukallaḥ*) secara personal dan tidak dapat diwakilkan kewajibannya kepada pihak lain (Qardhawi, 1993; Hafidhuddin, 2002). Sifat *fard 'ayn* ini mengandung implikasi psikologis yang krusial: kewajiban zakat tidak bergantung pada ketersediaan infrastruktur lembaga apapun. Dalam sejarah fiqh Islam, zakat telah ditunaikan selama lebih dari empat belas abad melalui berbagai modalitas dari tangan muzaki langsung kepada mustahik, melalui masjid, melalui ulama, hingga melalui lembaga amal formal modern. Fleksibilitas saluran ini bukan kelemahan regulasi, melainkan refleksi dari prinsip bahwa kewajiban itu sendiri (*the obligation*) tidak terikat pada satu kanal tunggal.

Implikasi empiris dari prinsip ini adalah: pedagang Muslim yang tingkat religiusitasnya tinggi dan yang menghayati zakat sebagai *fard 'ayn* tidak akan menunda atau membatalkan kewajiban berzakat hanya karena lembaga zakat formal dinilai kurang mudah diakses. Mereka akan secara aktif mencari saluran alternatif. Fenomena ini lazim disebut sebagai *channel substitution behavior* dalam perilaku konsumen Islam: ketika satu saluran tidak tersedia atau dianggap tidak memuaskan, individu yang termotivasi secara intrinsik akan beralih ke saluran lain (Kasri & Sosiati, 2023). Data distribusi frekuensi dalam penelitian ini mendukung interpretasi tersebut: meskipun 33,64% responden menyatakan ketidakpuasan terhadap ketersediaan layanan (item Z_KL5, mean terendah = 3,097), hal ini tidak menurunkan signifikansi pengaruh religiusitas terhadap keputusan berzakat. Dengan kata lain, pedagang yang religius tetap memutuskan membayar zakat meski layanan lembaga formal belum optimal dan sangat mungkin mereka memilih menyalurkan melalui masjid, tokoh agama, atau langsung kepada mustahik di sekitar pasar.

Dalam kerangka *Value Belief Norm* (VBN) Theory (Stern et al., 1999; Stern, 2000), rantai kausal pembentukan perilaku prososial berawal dari *values* (nilai-nilai dasar), berlanjut pada *beliefs* (keyakinan tentang konsekuensi dan tanggung jawab), dan berkulminasi pada *personal norms* (norma pribadi yang mengaktivasi perilaku). Penting dicermati bahwa pada ujung rantai ini yakni aktivasi norma personal menjadi perilaku nyata VBN Theory tidak mensyaratkan adanya kondisi kelembagaan yang mendukung. Norma personal yang telah teraktivasi sepenuhnya bersifat imperatif internal: seseorang yang

sudah merasa berkewajiban secara moral akan mencari cara untuk melaksanakannya, bukan menunggu kemudahan fasilitas.

Dalam konteks penelitian ini, pedagang dengan religiusitas tinggi berada di posisi dimana *personal norm* mereka sudah teraktivasi secara penuh oleh nilai-nilai keagamaan. Berbeda dengan variabel pengetahuan zakat (X2) yang masih memerlukan "jembatan teknis" berupa kemudahan layanan agar dapat terkonversi menjadi keputusan aktual, religiusitas yang telah mencapai derajat internalisasi tinggi sudah bergerak melampaui tahap deliberasi menuju tahap eksekusi dan eksekusi itu tidak memerlukan kemudahan institusional formal sebagai syaratnya. Inilah yang menjelaskan secara teoritis mengapa efek moderasi Z terhadap hubungan X1–Y tidak signifikan: variabel Z hanya bermakna sebagai moderator pada segmen jalur perilaku yang masih berada dalam fase pertimbangan dan hambatan praktis, sementara religiusitas yang kuat telah "melewati" fase tersebut.

Perspektif *Decision-Making Theory* dengan konsep *bounded rationality* (Simon, 1955, 1957) menjelaskan bahwa individu menyederhanakan keputusan melalui *heuristics* ketika menghadapi keterbatasan informasi dan waktu. Dalam konteks ini, kemudahan layanan berperan menurunkan *biaya transaksi keputusan* (*decision transaction cost*) berupa waktu, kebingungan prosedur, dan upaya kalkulasi. Namun, prinsip ini berlaku secara asimetris bergantung pada bobot motivasi yang mendorong keputusan. Bagi pedagang dengan religiusitas rendah-menengah, di mana keputusan berzakat masih berada dalam arena *bounded rationality* yang sesungguhnya, kemudahan layanan dapat berperan sebagai faktor penentu. Sebaliknya, bagi pedagang yang religiusitasnya tinggi,

keputusan berzakat tidak lagi bersifat *deliberative* ia telah menjadi *habitual* atau bahkan *obligatory* dalam skema pengambilan keputusan mereka. Dalam terminologi Simon, keputusan tersebut telah bergerak dari zona *satisficing* menuju zona *committed action*, sehingga hambatan teknis tidak lagi memiliki kekuatan penghalang yang bermakna.

Pola ini selaras dengan penelitian Huda et al. (2014) yang menemukan bahwa religiusitas berpengaruh langsung dan kuat terhadap kepatuhan zakat profesi tanpa mediasi faktor fasilitatif; serta dengan Farouk, Md Idris, dan Saad (2018) yang justru menempatkan religiusitas sebagai variabel moderasi (bukan yang dimoderasi) karena sifatnya yang menguatkan hubungan faktor-faktor lain suatu indikasi bahwa religiusitas beroperasi pada level yang lebih fundamental dibandingkan variabel-variabel kelembagaan.

Berdasarkan keseluruhan analisis di atas, implikasi praktisnya bukan berarti lembaga zakat tidak perlu meningkatkan kualitas layanan. Kemudahan layanan tetap penting, namun relevansinya lebih tepat diarahkan pada segmen pedagang dengan religiusitas rendah-menengah yang proses pengambilan keputusannya masih bersifat deliberatif. Untuk segmen pedagang dengan religiusitas tinggi, strategi yang lebih efektif bukan peningkatan kemudahan teknis, melainkan *repositioning* lembaga zakat formal sebagai pilihan saluran yang teologis paling valid. Edukasi yang menekankan keutamaan menyalurkan zakat melalui lembaga amil resmi bukan hanya sebagai opsi yang *mudah*, tetapi sebagai penyempurnaan kewajiban yang *syar'i* dan berdampak lebih optimal secara kolektif akan lebih resonan dengan motivasi intrinsik pedagang yang sudah religius. Dengan demikian, strategi kelembagaan yang paling tepat adalah

menghubungkan kekuatan religiusitas yang sudah ada dengan legitimasi teologis lembaga formal, sehingga saluran resmi dipersepsikan bukan sebagai alternatif yang bersaing dengan masjid atau tokoh agama, melainkan sebagai penyempurna dari dorongan iman yang sudah tertanam kuat.

2. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Memperkuat Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat (Z) memperkuat pengaruh pengetahuan zakat (X2) terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient interaksi sebesar 0,107, T-statistic sebesar 2,432 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,015 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis moderasi kedua diterima.

Secara teoritis, interaksi ini dapat dipahami melalui Decision-Making Theory. Pengetahuan berperan sebagai dasar kognitif, namun tidak otomatis menjadi keputusan nyata jika masih ada hambatan praktis (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Kemudahan layanan berperan sebagai katalis yang mengubah pengetahuan menjadi tindakan, dengan cara mereduksi hambatan implementasi. Kombinasi pengetahuan yang memadai dan layanan yang mudah menciptakan kondisi optimal bagi pedagang untuk mengambil keputusan membayar zakat perdagangan.

Karakteristik responden menjelaskan mengapa interaksi ini terjadi. Dengan latar belakang pendidikan yang mayoritas SMA/ sederajat (42%) dan omzet dominan pada kategori menengah-bawah, pedagang membutuhkan panduan teknis yang sederhana dan dapat langsung diterapkan. Pedagang yang telah memiliki pengetahuan tentang zakat perdagangan (misalnya memahami

nisab dan kadar 2,5%) masih menghadapi pertanyaan praktis: “bagaimana cara menghitung secara tepat?”, “ke mana harus membayar?”, dan “bagaimana cara mendapatkan bukti pembayaran?”. Kemudahan layanan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, sehingga pengetahuan yang sudah dimiliki dapat terkonversi menjadi keputusan aktual.

Dari sisi distribusi frekuensi, ada pola yang mendukung mekanisme moderasi ini. Item Z_KL3 tentang kemudahan memperoleh bantuan atau konsultasi cara menghitung zakat perdagangan memiliki mean tertinggi dalam variabel kemudahan layanan (3,244), dengan loading factor sebesar 0,888. Ini menunjukkan bahwa aspek konsultasi perhitungan yang bersinggungan langsung dengan pengetahuan teknis zakat merupakan dimensi layanan yang paling dirasakan manfaatnya. Pedagogis yang perlu dicermati: item pengetahuan zakat dengan mean terendah (X2_PZ1, mean = 3,189) berkaitan dengan kewajiban dasar, sementara item kemudahan layanan yang tertinggi (Z_KL3) berkaitan dengan konsultasi perhitungan. Keduanya saling melengkapi: ketika pedagang memiliki pengetahuan tentang kewajiban dasar, akses mudah ke layanan konsultasi menjadi penguat yang mendorong keputusan konkret.

Dari sisi loading faktor variabel Z, indikator Z_KL4 (kemudahan akses saluran pembayaran, loading = 0,907) menjadi indikator terkuat, diikuti Z_KL1 (loading = 0,900), Z_KL3 dan Z_KL6 (loading = 0,888 dan 0,889), serta Z_KL5 (loading = 0,889). Kekuatan loading factor yang merata di atas 0,880 menunjukkan bahwa konstruk kemudahan layanan terukur secara komprehensif dan multidimensi, mencakup aspek informasi, konsultasi, akses saluran, dan bukti pembayaran. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa kemudahan layanan

merupakan faktor fasilitatif yang bekerja secara holistik dalam mengkonversi pengetahuan zakat menjadi keputusan pembayaran.

Berdasarkan uraian tersebut, peningkatan keputusan pedagang membayar zakat perdagangan memerlukan pendekatan terpadu: edukasi pengetahuan zakat yang terstruktur harus diintegrasikan dengan layanan yang mudah, dekat, jelas, dan praktis. Lembaga zakat dapat memperkuat hal ini dengan menyediakan konsultasi zakat perdagangan di lingkungan pasar, panduan perhitungan sederhana, petugas yang responsif, dan saluran pembayaran yang sesuai dengan kondisi pedagang pasar.

3. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Tidak Memoderasi Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat (Z) tidak memperkuat pengaruh lingkungan sosial (X3) terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient interaksi sebesar -0,022, T-statistic sebesar 0,540 ($< 1,96$), dan P-value sebesar 0,589 ($> 0,05$). Dengan demikian, hipotesis moderasi ketiga ditolak.

Secara teoritis, hasil ini dapat dipahami karena lingkungan sosial dan kemudahan layanan bekerja melalui mekanisme yang berbeda secara fundamental. Lingkungan sosial membentuk pengaruhnya melalui norma sosial, keteladanan, dan dorongan interpersonal yang bersifat informal dan relasional (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Sebaliknya, kemudahan layanan merupakan faktor institusional-teknis. Kedua mekanisme ini beroperasi pada level yang berbeda, sehingga tidak menghasilkan efek interaksi yang signifikan.

Karakteristik responden memperkuat argumen ini. Profil usia pedagang yang didominasi kelompok 36–55 tahun menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah individu yang telah memiliki jaringan sosial yang mapan di lingkungan pasar. Mereka terbiasa mendapatkan informasi dan dorongan berzakat melalui jalur sosial informal diskusi dengan sesama pedagang, nasihat dari tokoh agama di pasar, atau pengamatan terhadap perilaku pedagang lain. Jaringan informal ini bekerja secara langsung dan personal, melampaui persepsi terhadap mudah atau tidaknya layanan lembaga zakat formal.

Dari sisi distribusi frekuensi, item X3_LS5 yang berkaitan dengan dorongan ketika melihat pedagang lain menunaikan zakat perdagangan memiliki standar deviasi tertinggi (1,321) di antara semua item lingkungan sosial, menunjukkan variasi respons yang paling beragam. Ini mengindikasikan bahwa pengaruh keteladanan sosial bersifat sangat personal dan situasional tidak semua pedagang merespons stimulus sosial yang sama dengan cara yang sama. Hal ini sejalan dengan tidak signifikkannya peran kemudahan layanan sebagai moderator: dorongan sosial yang sifatnya individual-relasional tidak dapat secara sistematis diperkuat oleh faktor layanan lembaga yang sifatnya kolektif-institusional.

Dari sisi loading faktor, X3_LS1 (dukungan keluarga, loading = 0,905) menjadi indikator terkuat konstruk lingkungan sosial, meskipun dalam realitas empiris tercermin dari mean deskriptif yang terendah (3,143) pengaruh keluarga belum dirasakan secara optimal. Kesenjangan antara kekuatan indikator secara konstruk dan lemahnya realitas empiris ini menunjukkan bahwa potensi pengaruh keluarga dalam mendorong zakat perdagangan sangat besar, tetapi

belum teraktivasi. Kemudahan layanan lembaga zakat tidak mampu mengisi kesenjangan tersebut, karena isu utamanya bukan pada hambatan teknis, melainkan pada belum terbangunnya diskursus zakat perdagangan dalam lingkup domestik keluarga.

Berdasarkan hasil tersebut, implikasinya adalah lembaga zakat perlu melampaui pendekatan teknis dan secara aktif membangun kedekatan sosial yang organik dengan komunitas pedagang. Upaya membangun budaya berzakat di lingkungan pasar melalui kolaborasi dengan tokoh agama, pengelola pasar, dan kelompok pedagang berpotensi lebih efektif dibandingkan sekadar memperbaiki kemudahan prosedur layanan.

4. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat Memperkuat Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat Perdagangan

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa kemudahan layanan lembaga zakat (Z) memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap lembaga zakat (X4) terhadap keputusan membayar zakat perdagangan (Y), dengan nilai path coefficient interaksi sebesar 0,213, T-statistic sebesar 5,061 ($> 1,96$), dan P-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Ini merupakan efek moderasi terkuat di antara keempat hipotesis moderasi yang diuji. Dengan demikian, hipotesis moderasi keempat diterima.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui integrasi konsep kepercayaan kelembagaan dengan kemudahan akses layanan. Kepercayaan merupakan penilaian terhadap amanah dan kapabilitas lembaga (Mayer et al., 1995; Morgan & Hunt, 1994), namun kepercayaan saja belum cukup jika

pedagang masih menghadapi hambatan praktis dalam proses pembayaran. Kemudahan layanan berperan sebagai kondisi penyerta yang mengubah kepercayaan yang bersifat potensial menjadi keputusan aktual, dengan mereduksi hambatan pragmatis yang mungkin dihadapi pedagang dalam merealisasikan niatnya berzakat melalui lembaga.

Karakteristik responden memperkuat relevansi temuan ini. Dengan omzet dominan pada kategori rendah-menengah dan latar belakang pendidikan menengah, pedagang memiliki kapasitas kepercayaan yang sudah terbentuk tetapi membutuhkan konfirmasi konkret melalui pengalaman layanan yang positif. Data deskriptif menunjukkan bahwa item kepercayaan tertinggi (X4_KP5, mean = 3,309) berkaitan langsung dengan bukti pembayaran dan informasi penyaluran yang merupakan komponen dari kemudahan layanan. Ini menunjukkan bahwa dalam persepsi pedagang, kepercayaan dan kemudahan layanan bukanlah dua hal yang sepenuhnya terpisah: kemudahan mendapatkan bukti pembayaran adalah bagian dari apa yang membuat mereka percaya kepada lembaga.

Dari sisi distribusi frekuensi variabel kemudahan layanan, item Z_KL4 tentang kemudahan akses saluran pembayaran memiliki loading factor tertinggi (0,907), diikuti Z_KL1 (0,900). Sementara dalam variabel kepercayaan, X4_KP2 tentang ketepatan penyaluran kepada mustahik yang berhak memiliki loading factor tertinggi (0,908). Keduanya merepresentasikan dimensi yang saling bersinggungan: kemudahan saluran pembayaran (sisi layanan) dan ketepatan penyaluran (sisi kepercayaan) merupakan dua elemen yang bersama-sama membentuk keputusan pedagang. Interaksi kedua konstruk ini yang

masing-masing diukur oleh indikator-indikator dengan loading factor tinggi di atas 0,877 menjelaskan mengapa efek moderasinya menjadi yang paling signifikan secara statistik ($T\text{-statistic} = 5,061$).

Dari sisi distribusi frekuensi kepercayaan, item X4_KP3 (transparansi pengelolaan) memiliki mean terendah (3,184) sekaligus persentase ketidaksetujuan tertinggi (32,26%). Kondisi ini menunjukkan bahwa pedagang yang sudah memiliki kepercayaan dasar terhadap lembaga masih menyimpan keraguan terhadap aspek transparansi sistemik. Kemudahan layanan berperan menjembatani celah ini: ketika lembaga zakat mudah dihubungi, prosedur transparan, dan bukti pembayaran mudah diperoleh, keraguan terhadap transparansi dapat berkurang, sehingga kepercayaan yang sudah ada menjadi lebih kuat dalam mendorong keputusan pembayaran.

Berdasarkan uraian tersebut, kepercayaan dan kemudahan layanan harus dipandang sebagai dua dimensi yang saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan dalam strategi penguatan zakat perdagangan. Lembaga zakat perlu mewujudkan kepercayaan tidak hanya melalui citra kelembagaan, tetapi melalui layanan nyata yang dirasakan langsung: konsultasi yang mudah diakses, prosedur yang sederhana, petugas yang responsif, serta pelaporan penyaluran yang transparan dan mudah dipahami oleh pedagang pasar.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, dan kemudahan layanan lembaga zakat terhadap keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran kemudahan layanan lembaga zakat dalam memperkuat pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang Muslim, semakin kuat keputusan mereka untuk membayar zakat perdagangan. Religiusitas mendorong pedagang untuk memandang zakat perdagangan sebagai kewajiban agama yang harus ditunaikan ketika usaha telah memenuhi syarat.
2. Pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman pedagang mengenai zakat perdagangan, seperti nisab, haul, kadar zakat, objek zakat, cara perhitungan, dan saluran pembayaran zakat, dapat mendorong pedagang untuk mengambil keputusan membayar zakat secara lebih tepat.

3. Ketiga, lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Dukungan keluarga, sesama pedagang, tokoh agama, dan lingkungan pasar dapat membentuk dorongan sosial yang mendorong pedagang Muslim untuk menunaikan zakat perdagangan.
4. Keempat, kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Pedagang akan lebih terdorong membayar zakat melalui lembaga apabila mereka percaya bahwa lembaga zakat mampu mengelola dana zakat secara amanah, transparan, profesional, dan tepat sasaran.
5. Kemudahan layanan lembaga zakat secara parsial memperkuat pengaruh variabel independen terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Kemudahan layanan lembaga zakat terbukti memperkuat pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan terhadap lembaga zakat terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Namun, kemudahan layanan lembaga zakat tidak memperkuat pengaruh religiusitas dan lingkungan sosial terhadap keputusan membayar zakat perdagangan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan zakat yang mudah lebih berperan dalam membantu pedagang menerapkan pengetahuan zakat dan memperkuat kepercayaan kepada lembaga zakat, dibandingkan memperkuat dorongan religiusitas dan pengaruh sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Lembaga Zakat

Lembaga zakat disarankan untuk meningkatkan edukasi zakat perdagangan kepada pedagang pasar tradisional. Materi edukasi sebaiknya tidak hanya menjelaskan kewajiban zakat secara umum, tetapi juga memberikan panduan praktis mengenai cara menghitung zakat perdagangan, ketentuan nisab dan haul, serta contoh perhitungan yang sesuai dengan aktivitas dagang.

Lembaga zakat juga perlu memperkuat layanan yang mudah dijangkau pedagang. Layanan konsultasi zakat di lingkungan pasar, petugas yang mudah ditemui, prosedur pembayaran yang sederhana, bukti pembayaran yang jelas, dan informasi penyaluran zakat dapat meningkatkan kepercayaan serta keputusan pedagang untuk membayar zakat melalui lembaga zakat.

2. Bagi Pengelola Pasar

Pengelola Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo disarankan untuk menjalin kerja sama dengan lembaga zakat dan tokoh agama dalam memberikan sosialisasi zakat perdagangan kepada pedagang. Kegiatan edukasi dapat dilakukan secara berkala agar pedagang lebih memahami kewajiban zakat perdagangan dan saluran pembayaran yang resmi.

Pengelola pasar juga dapat membantu menyediakan ruang informasi atau fasilitas layanan zakat di lingkungan pasar. Kehadiran layanan zakat di pasar dapat memudahkan pedagang memperoleh informasi dan melakukan konsultasi tanpa harus meninggalkan aktivitas berdagang dalam waktu lama.

3. Bagi Pedagang Muslim

Pedagang Muslim disarankan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai zakat perdagangan, khususnya terkait ketentuan nisab, haul, kadar

zakat, dan cara perhitungan zakat. Pedagang juga perlu mulai membiasakan pencatatan usaha secara sederhana agar lebih mudah mengetahui kondisi harta dagang yang berpotensi terkena kewajiban zakat.

Pedagang juga disarankan untuk memilih saluran pembayaran zakat yang amanah dan dapat dipertanggungjawabkan. Pembayaran zakat melalui lembaga resmi dapat membantu penyaluran zakat menjadi lebih terarah dan menjangkau mustahik secara lebih luas.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain, seperti pendapatan, literasi keuangan, kualitas sosialisasi zakat, pengalaman membayar zakat, transparansi lembaga zakat, atau kebiasaan menyalurkan zakat langsung kepada mustahik.

Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods agar dapat menggali alasan mendalam pedagang dalam mengambil keputusan membayar zakat perdagangan. Selain itu, objek penelitian dapat diperluas pada beberapa pasar tradisional di wilayah berbeda agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

C. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan zakat perdagangan, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, serta kemudahan layanan lembaga zakat memiliki peran dalam memengaruhi keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan. Temuan penelitian ini memberikan implikasi secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan pengelolaan zakat perdagangan.

1. Implikasi Teoritis

Temuan penelitian ini memiliki implikasi substantif yang signifikan bagi desain kurikulum program studi Ekonomi Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, serta Perbankan Syariah di perguruan tinggi Islam. Setidaknya lima dimensi kurikuler perlu mendapat perhatian berdasarkan hasil penelitian ini.

Pertama, perlu pengembangan mata kuliah atau modul khusus bertajuk Perilaku Kepatuhan Zakat (*Zakat Compliance Behavior*) yang memadukan pendekatan fikih klasik dengan teori perilaku ekonomi modern. Selama ini pengajaran zakat di perguruan tinggi Islam cenderung berhenti pada dimensi normatif-fiqhiyah (siapa wajib zakat, berapa nisabnya, bagaimana menghitungnya) tanpa menyentuh dimensi psikologis dan sosiologis yang menentukan apakah kewajiban tersebut benar-benar dilaksanakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Value Belief Norm* (VBN) Theory dan *Decision-Making Theory* dapat menjadi kerangka konseptual yang sangat produktif untuk menjelaskan perilaku zakat secara empiris. Integrasi kedua kerangka teoritis ini ke dalam silabus perkuliahan akan menghasilkan lulusan yang tidak hanya memahami hukum zakat, tetapi juga mampu mendiagnosis hambatan kepatuhan dan merancang intervensi yang tepat.

Kedua, kurikulum perlu memperkuat materi Tata Kelola dan Kelembagaan Zakat (*Zakat Institutional Governance*) yang secara spesifik membahas peran kepercayaan (trust) dan kemudahan layanan sebagai variabel kunci dalam sistem pengumpulan zakat. Temuan bahwa kepercayaan terhadap lembaga dan kemudahan layanan berperan besar dalam mengonversi dorongan internal pedagang menjadi keputusan nyata mengindikasikan bahwa desain

kelembagaan zakat adalah bidang yang membutuhkan kompetensi akademik tersendiri. Kurikulum dapat mengintegrasikan materi *Service Design* berbasis prinsip syariah, *Trust Building* dalam lembaga keuangan Islam, dan studi kasus tentang keberhasilan serta kegagalan lembaga amil di berbagai negara Muslim.

Ketiga, perlu penguatan mata kuliah Kewirausahaan Islam (*Islamic Entrepreneurship*) yang secara eksplisit memasukkan kewajiban zakat sebagai bagian integral dari manajemen usaha, bukan sekadar kewajiban di luar aktivitas bisnis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang dengan pengetahuan zakat yang tinggi cenderung lebih aktif dalam keputusan membayar zakat perdagangan; artinya, literasi zakat yang diintegrasikan ke dalam pendidikan kewirausahaan sejak awal akan menghasilkan wirausahawan Muslim yang lebih siap dan sadar zakat. Modul tentang pencatatan keuangan usaha berbasis syariah, perhitungan nisab dari laporan laba-rugi sederhana, dan pilihan saluran pembayaran zakat perlu menjadi bagian standar dari kurikulum kewirausahaan Islam.

Keempat, perlu perluasan kapasitas Metodologi Penelitian Kuantitatif dengan penekanan pada *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dan pengujian efek moderasi. Penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk menguji model kompleks yang melibatkan variabel moderasi, dan hasilnya memberikan nuansa empiris yang tidak dapat dihasilkan oleh analisis regresi sederhana. Sementara itu, sebagian besar lulusan program ekonomi syariah masih belum terpapar dengan metode ini secara memadai. Pengembangan kurikulum metodologi penelitian yang mencakup SEM-PLS,

analisis moderasi, dan interpretasi *effect size* (f^2 , Q^2 , VIF) akan meningkatkan kapasitas riset akademik di bidang ekonomi Islam secara signifikan.

Kelima, perlu institutionalisasi Praktikum Lapangan di Lembaga Zakat sebagai komponen wajib kurikulum, setara dengan praktik kerja lapangan di perbankan syariah. Temuan penelitian ini diperoleh dari konteks lapangan nyata pedagang pasar tradisional dan mengungkap realitas yang tidak tergambar dalam buku teks. Mahasiswa yang magang di BAZNAS atau LAZ selama satu semester akan memahami secara langsung bagaimana faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, kemudahan layanan bermanifestasi dalam interaksi nyata antara petugas amil dan muzaki. Pengalaman lapangan ini akan menghasilkan lulusan yang tidak hanya literat secara akademik tentang zakat, tetapi juga kompeten secara operasional dalam pengelolaan zakat.

2. Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan dipengaruhi secara nyata oleh religiusitas, pengetahuan zakat, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat, dengan kemudahan layanan berperan sebagai penguat yang bekerja secara selektif. Berdasarkan pola kausal ini, implikasi praktis penelitian dirumuskan secara berlapis sesuai dengan pemangku kepentingan yang relevan.

a. Bagi BAZNAS Kabupaten Sidoarjo dan Lembaga Amil Zakat

Temuan bahwa kepercayaan dan kemudahan layanan secara bersama-sama merupakan pasangan moderasi terkuat ($T\text{-statistic} = 5,061$) mengandung pesan kelembagaan yang jelas: BAZNAS tidak cukup hanya

dikenal ia harus dirasakan kehadirannya secara langsung dan memberi dampak yang terlihat oleh komunitas pedagang. Beberapa program konkret yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut.

Pertama, Program Beasiswa Anak Pedagang Pasar Larangan (*Zakat Goes to School*). BAZNAS Sidoarjo dapat mengalokasikan sebagian dana zakat yang berhasil dihimpun dari Pasar Larangan secara spesifik untuk beasiswa pendidikan anak-anak keluarga pedagang yang termasuk kategori mustahik atau rentan mustahik di lingkungan pasar yang sama. Mekanisme ini menciptakan *visible impact loop*: pedagang yang membayar zakat dapat melihat secara langsung bahwa dana zakatnya kembali kepada komunitas sekitar mereka dalam bentuk nyata anak tetangga kios mereka mendapatkan beasiswa. Dampak psikologis dari kedekatan antara muzaki dan mustahik dalam satu komunitas pasar akan memperkuat kepercayaan dan mendorong partisipasi zakat secara berkelanjutan. Program serupa telah terbukti efektif meningkatkan partisipasi zakat di beberapa kabupaten karena mengatasi persepsi bahwa dana zakat "menghilang" ke tempat yang jauh dan tidak jelas (Syiaifuddin & Khalil, 2024).

Kedua, Pendirian Gerai Zakat Permanen di Dalam Pasar (*Pojok Zakat Pasar Larangan*). Temuan bahwa item Z_KL5 tentang ketersediaan layanan pembayaran memiliki mean terendah (3,097) dan 33,64% responden menyatakan ketidakpuasan menunjukkan bahwa hambatan utama bukan pada niat, melainkan pada keterjangkauan fisik lembaga. Kehadiran satu pos layanan kecil yang ditempatkan secara strategis di

dalam area pasar dilengkapi petugas yang ramah, formulir sederhana, mesin QRIS, dan lembar bukti pembayaran akan secara langsung menurunkan hambatan layanan tersebut. Petugas gerai juga bertugas ganda sebagai konsultan perhitungan zakat perdagangan, menjawab pertanyaan seperti: "*Harta dagang saya berapa, bagaimana cara menghitungnya?*" Layanan konsultasi ini sangat relevan mengingat item Z_KL3 tentang kemudahan konsultasi memiliki mean tertinggi di antara indikator kemudahan layanan.

Ketiga, Program Kader Zakat Pasar (Duta Zakat Blok). Karena temuan menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan secara langsung dan kemudahan layanan tidak mampu memoderasi pengaruhnya, strategi yang tepat bukan mendorong norma sosial secara masif dan anonim, melainkan membangun agen sosial organik yang dipercaya. BAZNAS dapat merekrut dua hingga tiga pedagang senior yang dihormati di setiap blok atau lorong pasar sebagai Duta Zakat Blok. Mereka tidak bertugas memungut, melainkan menjadi *referral person* yang dapat menjawab pertanyaan sesama pedagang, mengingatkan secara personal, dan menjadi bukti hidup (*role model*) bahwa membayar zakat perdagangan itu mudah dan bermakna. Pendekatan ini memanfaatkan modal sosial organik yang telah ada di lingkungan pasar tanpa perlu menunggu formalisasi kelembagaan.

Keempat, Laporan Dampak Zakat Berbasis Pasar (Zakat Impact Report Pasar Larangan). Kepercayaan yang rendah pada aspek transparansi (item X4_KP3, mean = 3,184; persentase ketidaksetujuan

tertinggi = 32,26%) dapat diatasi dengan menerbitkan laporan dampak triwulanan yang bersifat hiperlokal: berapa total dana zakat yang berhasil dihimpun dari Pasar Larangan pada periode tersebut, disalurkan untuk program apa, dan siapa saja yang sudah menerima manfaatnya dengan tetap menjaga privasi mustahik. Laporan ini dapat berbentuk poster yang ditempel di papan pengumuman pasar, kiriman pesan singkat kepada muzaki terdaftar, atau video pendek di media sosial. Transparansi yang *dekat* dan *lokal* jauh lebih membangun kepercayaan dibandingkan laporan keuangan formal yang anonim dan tidak dirasakan relevansinya oleh pedagang pasar.

Kelima, Aplikasi Kalkulator Zakat Perdagangan Sederhana. Mengingat mayoritas responden berpendidikan SMA/ sederajat (42%) dengan pencatatan usaha yang tidak selalu rapi, BAZNAS dapat mengembangkan atau mempromosikan aplikasi kalkulator zakat perdagangan yang hanya membutuhkan tiga input: modal awal dagang, total aset dagangan saat ini, dan total utang dagang lalu secara otomatis menghitung apakah sudah mencapai nisab dan berapa kewajiban zakatnya. Aplikasi ini menghilangkan hambatan kognitif terbesar yang dihadapi pedagang: ketidakpastian tentang cara menghitung.

b. Bagi Pengelola Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo (UPTD)

Pengelola pasar memiliki posisi strategis yang belum dimanfaatkan secara optimal dalam ekosistem zakat perdagangan. Sebagai otoritas yang memiliki akses langsung ke seluruh pedagang, UPTD Pasar Larangan dapat berperan aktif melalui beberapa langkah berikut.

Pertama, Integrasi Informasi Zakat dalam Proses Perpanjangan Izin Kios. Setiap kali pedagang memperpanjang izin usaha atau hak sewa kios, UPTD dapat menyertakan lembar informasi zakat perdagangan yang dirancang oleh BAZNAS bukan sebagai kewajiban, melainkan sebagai layanan informasi. Momen administratif ini merupakan titik kontak teratur yang menjangkau seluruh pedagang tanpa biaya tambahan.

Kedua, Penyediaan Papan Informasi Zakat Perdagangan di Setiap Blok. Papan kecil yang menampilkan kalkulator nisab sederhana, informasi kontak gerai zakat, dan daftar program yang dibiayai zakat tahun sebelumnya dapat ditempatkan di titik-titik strategis yang dilalui pedagang setiap hari seperti di dekat toilet umum, pintu masuk blok, atau area parkir.

Ketiga, Kerja Sama Program Pemberdayaan Mustahik Pasar. UPTD dapat berkolaborasi dengan BAZNAS dalam program pemberdayaan mustahik yang berbasis di dalam pasar sendiri misalnya memberikan akses kios sementara atau *sharing space* bagi mustahik binaan BAZNAS yang sedang merintis usaha. Ketika pedagang melihat bahwa zakat mereka memungkinkan seseorang dari komunitas mereka sendiri memulai usaha di dalam pasar yang sama, keterkaitan antara membayar zakat dan dampak nyata menjadi sangat konkret.

c. Bagi Pedagang Muslim Pasar Larangan Sidoarjo

Implikasi bagi pedagang bukan hanya berupa anjuran untuk membayar zakat, tetapi lebih kepada penguatan kapasitas mereka agar mampu menunaikan kewajiban tersebut dengan benar dan percaya diri.

Pertama, pedagang dianjurkan memulai pencatatan keuangan usaha sederhana cukup mencatat modal awal, stok barang dagang, dan perkiraan keuntungan bulanan karena tanpa data dasar ini, perhitungan nisab dan haul tidak dapat dilakukan secara akurat. Lembaga zakat dan pengelola pasar dapat memfasilitasi pelatihan pencatatan sederhana ini, bahkan dengan format buku saku yang dibagikan gratis.

Kedua, pedagang didorong untuk memilih saluran zakat yang memberikan bukti pembayaran resmi agar dapat dijadikan dokumentasi pribadi sekaligus membangun rasa percaya pada lembaga. Pengalaman mendapatkan bukti pembayaran yang jelas merupakan fondasi kepercayaan jangka panjang.

d. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo

Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo dapat mengambil peran fasilitator dalam mengintegrasikan potensi zakat perdagangan ke dalam program pemberdayaan ekonomi daerah. Pertama, Pemda dapat memfasilitasi penerbitan Peraturan Bupati tentang Integrasi Zakat Perdagangan dalam Program Pemberdayaan Pasar Rakyat, yang melegitimasi kehadiran gerai zakat di pasar rakyat dan mendorong sinergi antara BAZNAS, UPTD pasar, dan dinas terkait. Kedua, Pemda dapat memasukkan indikator partisipasi zakat pedagang pasar sebagai salah satu indikator dalam laporan kinerja program ekonomi syariah daerah, sehingga upaya penguatan zakat perdagangan mendapat perhatian dan anggaran dukungan yang berkelanjutan.

e. Bagi Akademisi dan Perguruan Tinggi Islam

Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi titik berangkat untuk mengembangkan kajian lanjutan dengan pendekatan *mixed methods* yang menggabungkan data survei dengan wawancara mendalam guna menangkap alasan-alasan personal pedagang yang tidak tergambar oleh angka. Selain itu, replikasi penelitian ini di pasar-pasar tradisional lain di Jawa Timur dengan karakteristik yang berbeda (pasar modern, pasar agribisnis, pasar mingguan) akan mempertegas generalitas temuan sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang membedakan pola kepatuhan zakat perdagangan antar lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Fadhilah, A., Hidayat, N. W., Adisucipto, J. L., Depok, K., & Sleman, K. (2022). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. *Jurnal*, 3, 38–52.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alimusa, L. O., Herianingrum, S., Adirestuty, F., & Hakim, A.-A. A. A. (2025). Determinants of zakat compliance behaviour and future direction: A systematic literature review. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2024-0416>
- Amelia, S., & Jamilah, S. (2022). The influence of income level, religiosity, and social environment on muzakki's decision to pay zakat. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(1), 15–28. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i1.13552>
- Andam, A. C., & Osman, A. Z. (2019). Determinants of intention to give zakat on employment income: Experience from Marawi City, Philippines. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 528–545. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2016-0097>
- Andika, R., & Anwar, L. (2025). The urgency of abandoning negative content on social media: A hadith review on benefits and priorities. *AMK: Abdi Masyarakat UIKA*, 4(1), 55–63. <https://doi.org/10.32832/amk.v4i1.2671>
- Anggraeni, Y., & Kuklienè, L. (2024). Multidimensional analysis of charitable behavior: Integration of altruism, religiosity, and economy in global social context. *Potret Pemikiran*, 28(2), 236. <https://doi.org/10.30984/pp.v28i2.3250>
- 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. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i0.1313>
- Aradimas, M. I., & Efendi, R. (2025). Pendistribusian zakat oleh BAZNAS Kabupaten Pakpak Bharat berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. *AL-SULTHANIYAH*, 14(2), 446–457. <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v14i2.4199>
- Basid, A., Faizin, N., Nada, Z. Q., & Manzilina, S. (2022). Kontribusi doa Nabi Ibrahim terhadap perkembangan perekonomian Arab pra Islam–pasca Islam: Studi pemikiran tafsir *Ma'alim Al-Tanzil* karya Al-Baghawi. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum dan Pendidikan*, 7(1), 85. <https://doi.org/10.55102/alyasini.v7i1.4620>
- BAZNAS. (2024). *Outlook zakat Indonesia 2024*. Badan Amil Zakat Nasional. www.baznas.go.id

- Berkman, L. F., Glass, T., Brissette, I., & Seeman, T. E. (2000). From *social integration to health: Durkheim in the new millennium*. *Social Science & Medicine*, 51(6), 843–857. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(00\)00065-4](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(00)00065-4)
- Bloom, B., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook I: Cognitive domain*. David McKay.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of behavioral intention to use digital zakat payment: The moderating role of knowledge of zakat. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189–217. <https://doi.org/10.1287/isre.14.2.189.16018>
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). *Social influence: Compliance and conformity*. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591–621. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>
- Cokrohadisumarto, W. B. M., Zaenudin, Z., Santoso, B., & Sumiati, S. (2020). A study of Indonesian community's behaviour in paying zakat. *Journal of Islamic Marketing*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*. McGraw-Hill/Irwin.
- Danila, R., Mat Saat, R., & Ku Bahador, K. M. (2024). Trust and religiosity: Integrating technological acceptance factors into the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model for zakat online payment systems. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 53(2), 199–214. <https://doi.org/10.37934/araset.53.2.199214>
- Deli, L., & Irfan, I. (2023). Konsep akuntansi zakat berbasis PSAK No. 109. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 289–295. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i3.846>
- Ekawaty, M., Shafiai, M. H. M., Galuh, A. K., Sakti, R. K., Rachman, H. A., Rohman, G. D., & Rahmawati, A. (2025). SMEs' trade zakat payment for poverty alleviation: Study case in Malang City, Indonesia. *International Journal of Community Service*, 5(2), 139–145. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v5i2.832>
- Elpina, A., & Lubis, H. (2022). Membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional. *Journal of Sharia and Law*, 1(1), 35–50.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Dryden Press.
- Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- Evriyenni, E., Fahlevi, H., Indriani, M., & Yusuf, M. Y. (2025). Exploring factors influencing zakat compliance in Aceh: The role of institutional trust and religious commitment. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 13(2), 1123–1152. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v13i2.1478>
- Fahrullah, A., Nikmah, N. Z., & Robbani, A. A. (2024). The influence of regulations, religiosity and literacy on willingness to pay for zakat of professional civil servants in the Ministry of Religion of East Java Province. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 118–131. <https://doi.org/10.22219/jes.v9i2.34948>
- Faisal, Y., & Sari, E. G. (2025). Muzakki's decision to pay zakat reviewed from maqashid syariah, social environment and zakat knowledge. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 12(1), 55–65.
- Fassott, G., Henseler, J., & Coelho, P. S. (2016). Testing moderating effects in PLS path models with composite variables. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1887–1900. <https://doi.org/10.1108/IMDS-06-2016-0248>
- Febriandika, N. R., Kusuma, D. G., & Yayuli, Y. (2023). Zakat compliance behavior in formal zakat institutions: An integration model of religiosity, trust, credibility, and accountability. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 10(6), 187–194. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.06.022>
- Febrianti, L. A., & Noor, I. (2024). The determinants of Indonesian muzakki's decision to pay zakat through zakat institutions. *International Journal of Zakat*, 2, 40–54.
- Firdaus, M., Suseno, B. D., Sari, G. I., & Fauzi, M. (2024). Zakat compliance: The interplay of religiosity, awareness, and knowledge. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(3), 265–275. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i3.628>
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Rand McNally.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamzah, M. Z., Rahim, H., Abdul Rasool, M. S., Abdul Khir, M. F., & Zakaria, N. B. (2023). Ease and usefulness of zakat e-payment: The mediating role of

- attitude towards intention. *Journal of Nusantara Studies*, 8(3), 408–428. <https://doi.org/10.24200/jonus.vol8iss3pp408-428>
- Haqqi, A. R. A. (2019). Religiosity in criminal law: Islamic perspective. *Diponegoro Law Review*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.14710/dilrev.4.1.2019.1-20>
- Hardisman, H. (2021). *Analisis partial least square structural equation modelling (PLS-SEM): Langkah praktis SmartPLS 3.3 dengan penerapan pada penelitian kesehatan*. Percetakan Bintang.
- Hariyanto, W., Hermawan, S., Rahmadhani, A. Z., Arista, S. W., & Ulum, Z. K. A. B. (2025). Determinants of zakat, infaq, and shadaqah at Lazismu East Java: Reputation, religiosity, trust, ease, security and convenience. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 87–114. <https://doi.org/10.24090/ej.v13i1.13611>
- Haryanto, R., Bakri, A. A., Samosir, H. E. S., Idris, D. L., Fauzan, T. R., & Agustina, W. (2023). Digital literacy and determinants of online zakat payments: Lessons from Indonesia experience with UTAUT. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(4), e575. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.575>
- Hassan, M. K., Rana, M. S., Alam, M. R., & Banna, H. (2023). Revitalizing the role of Islamic social finance in achieving the SDGs: A comprehensive review. *Al Qasimia University Journal of Islamic Economics*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.52747/aqujie.3.2.227>
- Henseler, J., & Chin, W. W. (2010). A comparison of approaches for the analysis of interaction effects between latent variables using partial least squares path modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 17(1), 82–109. <https://doi.org/10.1080/10705510903439003>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The centrality of religiosity scale (CRS). *Religions*, 3(3), 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Ibn Kathir, I. (2000). *Tafsîr ibn kathîr*. Dar-us-Salam.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Karakas, A. (2019). Hz. Ömer'in hadis rivayeti açısından değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 12(63), 1230–1244. <https://doi.org/10.17719/jisr.2019.3312>
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the intention to pay zakat online: The case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Latipah, Y., Supriani, I., & Sudarsono, H. (2024). What drives the intention of millennials and Generation Z to pay ZIS via digital platform? Religiosity as

- the moderating variable. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2). <https://doi.org/10.20473/jebis.v10i2.62338>
- Malik, A., Alrasyid, H., & Kamaruddin, M. M. (2024). Student compliance in paying zakat: Do zakat literacy and awareness matter? *Asian Journal of Islamic Management*, 6(1), 63–73. <https://doi.org/10.20885/AJIM.vol6.iss1.art6>
- Manie Sari Ama Putri, Azizah, P. A. W. N., & Amallia, D. (2024). Analisis modal sosial pedagang di pasar tradisional di Desa Tanggul Wetan, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 272–277. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.644>
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). *Organizations*. John Wiley & Sons.
- Mariyanti, T., Basri, Y. Z., & Jazuli, J. (2022). The basic factors driving the intention to pay zakat. *APTISI Transactions on Management*, 6(1), 30–41. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i1.1692>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Mayer, R. E., Steinhoff, K., Bower, G., & Mars, R. (1995). A generative theory of textbook design: Using annotated illustrations to foster meaningful learning of science text. *Educational Technology Research and Development*, 43(1), 31–41. <https://doi.org/10.1007/BF02300480>
- McDonald, R. I., & Crandall, C. S. (2015). Social norms and social influence. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 147–151. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2015.04.006>
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314. <https://doi.org/10.2307/3172742>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Mustafa, F., Mifrahi, M. N., & Pratiwi, C. (2022). The impact of religiosity, self-awareness and trust on muzakki's interest to pay zakat in BAZNAS Langsa. *ASNAF: Journal of Economic Welfare, Philanthropy, Zakat and Waqf*, 157–169. <https://doi.org/10.32505/asnaf.v1i2.4948>
- Nasution, M. M. N. R., Wanto, S., & Siregar, M. N. (2025). Ethics of redistribution in Surah Al-Ma'un and At-Taubah as interpreted by Quraish Shihab, alongside Marxist thought. *Fikroh: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 18(2), 308–324. <https://doi.org/10.37812/fikroh.v18i2.1919>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson.
- Nikmah, N. Z., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh religiusitas dan literasi zakat terhadap kepatuhan membayar zakat profesi ASN Kanwil Kementerian

- Agama Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 7, 147–157. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Nopiardo, W., Karimi, S., Ridwan, E., & Yonnedi, E. (2025). Zakat compliance beyond piety: Legal attitudes, normative pressures, and institutional trust in a Muslim society. *JURIS*, 24(2), 341–356. <https://doi.org/10.31958/juris.v24i2.13446>
- Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1978). *The measurement of meaning*. University of Illinois Press.
- Pantari, E. D., & Aji, H. M. (2020). Investigating Muslim non-consumers' intention to use Islamic bank: Perceived social value (PSV) and awareness. *Jurnal Siasat Bisnis*, 24(2), 187–198. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol24.iss2.art8>
- Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1993). *The adaptive decision maker*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173933>
- Penchansky, R., & Thomas, J. W. (1981). The concept of access. *Medical Care*, 19(2), 127–140. <https://doi.org/10.1097/00005650-198102000-00001>
- Permata, G., Nopianti, N., & Munandar, E. (2025). Pengaruh literasi, religiusitas, dan omset terhadap minat pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6340–6349. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1611>
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2020). *Laporan hasil survei indeks literasi zakat 2020*. Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2026). *Outlook zakat Indonesia 2026*. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/2143-outlook-zakat-indonesia-2026>
- Reoch, A. A., & Thomson, K. (2018). *What is access?*
- Ridwan, M., Sriyono, S., Suharto, S., & Putri, A. P. R. Z. (2024). Strategy for collecting zakat infaq shadaqah at the Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah Institution (LAZISMU) Central Java post Covid-19 pandemic. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 413. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12348>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS. <https://www.smartpls.com>
- Rosmiyah, S. K., Saputra, M. N. A., & Harahap, M. S. A. (2025). Pengaruh religiusitas, pendapatan dan pemahaman zakat terhadap kepatuhan pembayaran zakat perdagangan hasil tambak: Studi pada petani tambak bandeng di Desa Watuagung, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 5(3), 137–144. <https://doi.org/10.37403/strategic.v5i3.430>
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393–404. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.926617>
- S Baqutayan, S. M., Mohsin, M. I. A., Mahdzir, A. M., & Ariffin, A. S. (2018). The psychology of giving behavior in Islam. *Sociology International Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.15406/sij.2018.02.00037>

- Saad, R. A. J., & Haniffa, R. (2014). Determinants of zakah compliance behavior. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5(2), 182–193.
- Saad, R. A. J., Farouk, A. U., & Abdul Kadir, D. (2020). Business zakat compliance behavioral intention in a developing country. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 511–530. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2018-0036>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 221–279. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Shikur, A. A., Aslan, H., & Fodol, M. Z. (2025). Factors influencing zakat payment among Ethiopian Muslims: A PLS-SEM analysis. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2024-0362>
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118.
- Simon, H. A. (1957). *Models of man: Social and rational*. Wiley.
- Simon, H. A. (1966). Theories of decision-making in economics and behavioural science. In *Surveys of economic theory: Resource allocation* (pp. 1–28). Springer.
- Siskaperbapo Jatimprov. (2025). *Profil Pasar Larangan Kabupaten Sidoarjo*. <https://siskaperbapo.jatimprov.go.id/profilpasar/detail/27>
- Slamet Budi Hariyanto, Sujianto, A. E., & Asiyah, B. N. (2025). Pengaruh digital payment, religiositas, dan literasi zakat terhadap keputusan membayar zakat dengan kualitas layanan sebagai intervening. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 174–204. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.5002>
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.
- Sudarsono, H., Nugrohowati, R. N. I., & Tumewang, Y. K. (2021). The effect of zakat institution system and government support on intention to pay zakat: Knowledge as a moderating variable. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v9i2.11605>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulthan, M. H., & Fahrullah, A. (2025). Pengaruh literasi zakat dan pembayaran digital terhadap minat membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

- Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, 6(4), 1498–1511.
- Sumadi, E. S. (2025). Telaah harta dalam perspektif Al-Qur'an: Amanah dan tanggung jawab sosial. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.46773/imtiyaz.v9i1.1589>
- Sunan at-Tirmidhi 2325. (n.d.). *Sunnah.com*. Retrieved February 3, 2026, from <https://sunnah.com/tirmidhi:2325>
- Sunan Ibn Majah 224. (n.d.). *Sunnah.com*. Retrieved January 4, 2026, from <https://sunnah.com/ibnmajah%3A224>
- Suraya Murcitaningrum, & Machsun, M. (2024). Pengelolaan zakat dalam konteks sistem ekonomi Islam. *Journal of Business, Finance, and Economics*, 5(2), 370–383. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v5i2.5754>
- Syaifuddin, M., & Khalil, J. (2024). Accountability and transparency of zakat, infaq, shodaqah fund management: Case study on LAZISMU Pasuruan Regency. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1071. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12795>
- Syauqi, M., Anshori, M., & Mawardi, I. (2022). Motivation to paying zakat: The role of religiosity, zakat literacy, and government regulations. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 232–246. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p232-246>
- Syifa, S., & Anggraini, D. T. (2024). Pengaruh kualitas informasi akuntansi, akuntabilitas, dan transparansi pelaporan keuangan lembaga pengelola zakat terhadap pembayaran zakat muzaki dengan aksesibilitas sebagai pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.24853/jago.5.1.38-55>
- Thamrin, M. H., Eriza, F., Faisal, M., Nasution, I. K., Afrizal, & Dalimunthe, M. A. (2023). Religiosity in paying zakat and tax compliance in Medan City. *Pharos Journal of Theology*, 104(3). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.330>
- Tsaoussi, A., & Zervogianni, E. (2010). Judges as satisficers: A law and economics perspective on judicial liability. *European Journal of Law and Economics*, 29(3), 333–357. <https://doi.org/10.1007/s10657-009-9123-9>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207–232.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. (2011).
- Utami, A. R., H., & Yulianti, L. N. (2021). Behavior of paying zakat through zakat institutions. *International Journal of Research and Review*, 8(12), 260–269. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20211232>
- Wahyuningsih, F., & Anwar, A. Z. (2025). Pengaruh tingkat pendidikan, pengetahuan zakat, dan religiusitas terhadap kepatuhan dalam membayar zakat industri di Kabupaten Jepara. *Jurnal Iqtisaduna*, 11(1), 39–52. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v11i1.55151>

- Yahya, C., Rahmat, R., & Candra, Y. (2025). Pengaruh promosi dan pengetahuan muzakki terhadap keputusan muzakki membayar zakat dengan religiusitas sebagai variabel mediasi: Studi kasus BAZNAS Padang Pariaman. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(1), 116–132. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i1.3621>
- Yasin, A., Indrarini, R., & Suryaningsih, S. A. (2022). How religiosity, knowledge, and characteristics of muzakki affect zakat compliance. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 69–81. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i1.31147>

Lampiran 1

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian Gambar Lampiran



Keterangan:

Peneliti menjelaskan maksud dan tujuan penelitian kepada pedagang Muslim yang menjadi responden, kemudian membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria purposive sampling.

Gambar Lampiran



Keterangan:

Peneliti memberikan pendampingan kepada responden selama proses pengisian kuesioner untuk memastikan setiap pernyataan dipahami dengan baik sehingga data yang diperoleh akurat.

Gambar Lampiran



Keterangan:

Dokumentasi kondisi lokasi penelitian yang menunjukkan aktivitas perdagangan sebagai konteks penelitian mengenai keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan.

Lampiran 2. Kuisoner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN TESIS PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN ZAKAT, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN PERAN MODERASI KEMUDAHAN LAYANAN LEMBAGA ZAKAT PADA PASAR TRADISIONAL LARANGAN SIDOARJO

A. Pengantar Kuesioner

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati, saya adalah mahasiswa Program Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang melakukan penelitian tesis mengenai keputusan pedagang Muslim dalam membayar zakat perdagangan di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo.

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pandangan Bapak/Ibu terkait religiusitas, pengetahuan zakat, lingkungan sosial, kepercayaan terhadap lembaga zakat, kemudahan layanan lembaga zakat, dan keputusan membayar zakat perdagangan.

Seluruh jawaban Bapak/Ibu akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini. Oleh karena itu, Bapak/Ibu diharapkan menjawab setiap pernyataan secara jujur sesuai dengan kondisi dan pengalaman masing-masing.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

B. Screening Responden

Bagian ini digunakan untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan kriteria penelitian.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah Bapak/Ibu beragama Islam?	☐ Ya ☐ Tidak
2	Apakah Bapak/Ibu aktif berdagang di Pasar Tradisional Larangan Sidoarjo?	☐ Ya ☐ Tidak
3	Apakah usia Bapak/Ibu minimal 18 tahun?	☐ Ya ☐ Tidak
4	Apakah Bapak/Ibu telah berdagang minimal 1 tahun?	☐ Ya ☐ Tidak
5	Apakah Bapak/Ibu bersedia menjadi responden penelitian ini?	☐ Ya ☐ Tidak

C. Identitas Responden

Berilah tanda centang/checklist pada jawaban yang sesuai.

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Jenis kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2	Usia	☐ 18–25 tahun ☐ 26–35 tahun ☐ 36–45 tahun ☐ 46–55 tahun ☐ >55 tahun
3	Pendidikan terakhir	☐ SD/ sederajat ☐ SMP/ sederajat ☐ SMA/ sederajat ☐ Diploma/ Sarjana ☐ Lainnya
4	Lama berdagang	☐ 1–3 tahun ☐ 4–6 tahun ☐ 7–10 tahun ☐ >10 tahun
5	Jenis dagangan utama	☐ Sembako ☐ Sayur/ buah/ hasil bumi ☐ Makanan/ minuman ☐ Pakaian ☐ Peralatan rumah tangga ☐ Lainnya
6	Perkiraan omzet/pendapatan usaha per bulan	☐ < Rp5.000.000 ☐ Rp5.000.000–Rp10.000.000 ☐ Rp10.000.001–Rp20.000.000 ☐ > Rp20.000.000

D. Petunjuk Pengisian

Bacalah setiap pernyataan dengan cermat, kemudian berilah tanda centang/checklist pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

E. Pernyataan Kuesioner

1. Religiusitas (X1)

Religiusitas adalah tingkat penghayatan dan pengamalan ajaran agama Islam yang memengaruhi perilaku pedagang dalam menjalankan usaha dan memenuhi kewajiban zakat.

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban
X1.1	Saya meyakini bahwa membayar zakat merupakan kewajiban agama bagi seorang Muslim yang telah memenuhi syarat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X1.2	Saya berusaha menjalankan perintah agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas berdagang.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X1.3	Saya meyakini bahwa harta dari hasil usaha dagang harus digunakan sesuai dengan ajaran Islam.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X1.4	Saya merasa bertanggung jawab secara agama untuk menunaikan zakat perdagangan apabila usaha saya telah memenuhi syarat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X1.5	Saya meyakini bahwa membayar zakat dapat membersihkan harta dan membawa keberkahan dalam usaha.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

2. Pengetahuan Zakat (X2)

Pengetahuan zakat adalah pemahaman pedagang mengenai ketentuan zakat perdagangan, seperti nisab, haul, objek zakat, cara menghitung, dan saluran pembayaran zakat.

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban
X2.1	Saya mengetahui bahwa zakat perdagangan wajib ditunaikan apabila harta dagang telah memenuhi syarat tertentu.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X2.2	Saya memahami bahwa zakat perdagangan berkaitan dengan barang dagangan, modal usaha, piutang lancar, dan kewajiban usaha tertentu.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X2.3	Saya mengetahui bahwa zakat perdagangan memiliki ketentuan nisab dan haul.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X2.4	Saya memahami bahwa kadar zakat perdagangan pada umumnya sebesar 2,5% apabila telah memenuhi syarat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X2.5	Saya mengetahui cara atau gambaran umum perhitungan zakat perdagangan dari usaha dagang.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

4. Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)

Kepercayaan terhadap lembaga zakat adalah keyakinan pedagang bahwa lembaga zakat mampu mengelola, menyalurkan, dan mempertanggungjawabkan dana zakat secara amanah, transparan, dan profesional. Lembaga zakat dalam kuesioner ini merujuk pada lembaga pengelola zakat resmi, seperti BAZNAS, LAZ, atau UPZ.

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban
X4.1	Saya percaya bahwa lembaga zakat resmi dapat mengelola dana zakat secara amanah.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X4.2	Saya percaya bahwa lembaga zakat menyalurkan zakat kepada pihak yang berhak menerima.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X4.3	Saya percaya bahwa lembaga zakat memiliki pengelolaan yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X4.4	Saya percaya bahwa petugas lembaga zakat memiliki kemampuan dalam memberikan informasi tentang zakat perdagangan.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
X4.5	Saya merasa lebih yakin membayar zakat apabila lembaga zakat memberikan bukti pembayaran dan informasi penyaluran zakat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

5. Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)

Kemudahan layanan lembaga zakat adalah persepsi pedagang mengenai kemudahan memperoleh informasi, konsultasi, prosedur, akses pembayaran, dan bukti pembayaran zakat dari lembaga zakat.

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban
Z.1	Informasi mengenai zakat perdagangan dari lembaga zakat mudah saya pahami.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Z.2	Prosedur pembayaran zakat melalui lembaga zakat mudah dilakukan.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Z.3	Saya mudah memperoleh bantuan atau konsultasi mengenai cara menghitung zakat perdagangan.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Z.4	Saluran pembayaran zakat yang disediakan lembaga zakat mudah diakses oleh pedagang.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Z.5	Lembaga zakat menyediakan layanan yang memudahkan pedagang dalam membayar zakat, baik secara langsung maupun melalui kanal lain.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Z.6	Bukti pembayaran zakat dari lembaga zakat mudah diperoleh dan dipahami.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

6. Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)

Keputusan membayar zakat perdagangan adalah tingkat kemantapan pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan apabila usaha telah memenuhi ketentuan zakat.

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban
Y.1	Saya menyadari bahwa zakat perdagangan perlu ditunaikan apabila usaha saya telah memenuhi ketentuan zakat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Y.2	Saya mempertimbangkan ketentuan nisab dan haul sebelum mengambil keputusan membayar zakat perdagangan.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
Y.3	Saya memiliki kemantapan untuk membayar zakat perdagangan apabila usaha saya telah memenuhi syarat.	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Lampiran 3. Tabulasi Data

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ 5	PZ6	LS 1	LS 2	LS 3	LS 4	LS 5	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
1	3	4	4	3	4	1	2	2	1	1	2	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
2	4	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1	5	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	2	2	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	2	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
6	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	5	5	3	5	5	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	1	3
7	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	3	3	2	3	2	5	4	3	4	5	3	5	3	4	3	4	3	3	2	2	2	2
8	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
9	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
10	4	4	5	4	4	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2	3	2	2	3	4	4	5	4	3	3	2	2	3	2	2	3
11	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4	4	5	3	5	3	2	3	2	3	3	5	5	5	4	5	4
12	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	2	2	2	2	4	2	4	3	5	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	1	3	1	3	2	4	4	4	3	4	4
14	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1
15	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	1	2	2	2	1	4	4	4	5	5	2	1	3	2	1	1	3	2	3	4	3	4
16	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	2	2	1	1	1	2	3	2	3	2	2	3
17	5	4	3	5	3	5	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	2	1	2	2	4	3	2	2	4	3	4	4	5	4	5	4
18	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	5	4
19	3	2	2	2	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3
20	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	4	5	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	4

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
21	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4
22	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4
23	1	2	1	1	1	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3
24	3	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	5	5	5	4	4	5
25	3	3	5	4	4	1	2	1	1	2	1	4	2	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	2	2	3	2	4	3	3	3
26	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5
27	3	3	2	2	4	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3
29	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	1	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2
30	2	2	2	3	2	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	2	2	1	2	2	5	4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	4
31	1	1	1	1	1	3	3	2	4	3	3	1	1	1	1	1	4	4	5	3	5	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
32	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	2	3	3	3	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	5	3	4	4
33	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	2	5	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
34	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	3	2	5	4	4	3	5	4
35	5	4	5	4	5	3	3	4	3	3	3	2	2	2	1	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5
36	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2	3
37	2	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	3	5	3	3	5
38	2	2	3	1	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	1	1	1	1	1	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3
39	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
41	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	4	3	3	5	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	1	1	1	2	1	1
42	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	4	3	2	2	2	3	4	5	5	5	4	2	2	4	3	2	3	2	2	2	1	2	1
43	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	1	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	1	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	1
45	2	2	2	3	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
46	5	4	4	4	4	2	3	2	2	1	2	4	3	3	3	3	1	1	1	2	1	3	3	3	2	1	3	3	3	4	3	3	2
47	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	4	4	4	5	3	1	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2
48	5	5	5	5	5	3	3	1	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	2	5	5	5	5	5	5
49	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3
50	2	2	2	3	2	2	1	1	2	3	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	2	3
51	4	4	4	3	4	2	2	3	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3
52	3	5	5	5	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	5	4	5	4	5	5	3	2	1	3	3	3
53	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	1	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
54	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	2	2	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4
55	3	4	3	4	4	2	1	2	2	2	2	4	4	5	3	4	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	2	2	3	1	2	2
56	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4
57	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4
58	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4
59	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	1	2	3	5	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
60	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	4	1	3	4	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
61	1	1	1	1	1	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	1	4
62	2	1	3	2	3	4	2	2	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	4	5	4	5	4	5	1	1	1	1	1	1
63	2	3	4	3	3	3	4	3	1	4	2	1	1	1	1	2	3	5	5	4	4	2	3	4	2	2	3	3	4	3	2	3	3
64	3	2	3	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	2	1	2	1	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3
65	4	3	2	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2
66	2	2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	1	3	1	4	3	2	3	4	5	4	5	5
67	1	2	1	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1
68	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1	1	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2
69	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3
70	4	4	4	4	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	5	3	2	4	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	1	1	1	2
71	3	3	4	5	5	2	3	3	1	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3
72	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	4	5	3	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	1	4	4	3	3	4	3
73	3	2	2	2	3	3	2	4	3	2	4	5	4	5	4	5	3	3	2	3	3	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4
74	4	5	5	4	4	4	2	3	2	3	3	4	3	4	2	1	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	5	4	3	4	4	4
75	4	3	3	2	4	2	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	4
76	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
77	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
78	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2
79	4	5	5	4	5	2	2	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
80	2	2	2	1	2	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
81	1	1	1	1	1	3	2	2	2	3	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	3	5	4	4	4	5	5	1	2	2	2	2	2
82	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	1	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
83	5	5	4	3	4	2	5	2	3	3	3	2	2	2	1	1	5	5	5	5	5	4	2	3	2	2	2	4	3	4	2	3	4
84	3	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	4	2	3	5	5	5	5	5	2	1	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3
85	2	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2
86	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	3	2	3	3	3
87	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2
88	3	4	4	2	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	3	3	2	1	3	4	4	4	4	4	4
89	2	1	2	2	1	4	5	4	3	5	4	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	3	1	3	3	4	3
90	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	3	4	2	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	1	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	5	3
93	4	3	5	3	4	2	3	2	2	2	2	5	4	4	4	5	1	3	2	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3
94	3	4	3	2	3	4	5	5	4	4	5	2	2	3	3	2	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4
95	4	4	4	4	5	2	3	3	4	3	1	5	5	5	4	4	1	2	1	1	2	2	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2
96	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	1	2	4	1	2	2
97	4	5	4	3	5	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	5	4	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	1
98	5	5	4	4	5	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2
99	2	3	1	3	3	4	4	4	5	5	5	2	2	3	3	3	3	3	3	2	5	3	2	3	3	3	2	5	4	5	4	5	4
100	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	2	2	3	4	5	4	3	5	4	3

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
101	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	2	2	4	3	4	3	3	5	3	4	3	3	2	3	1	2	2	2
102	3	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2
103	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5
104	4	4	5	3	3	4	4	3	4	5	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	2	1	1	2	1	1
105	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
106	4	4	3	3	4	1	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2	2	4	3	5	4	5	3	2	2	2	3	3	2
107	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	4	4	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1
109	5	3	5	4	5	3	2	2	1	2	2	3	4	5	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3
110	3	3	3	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	1	3	2	2	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	2	2
111	5	5	5	4	4	3	3	2	3	3	2	1	2	1	1	1	4	3	4	4	4	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3
112	3	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	2	2
113	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	5	4	3	5	1	1	1	1	1	1	4	4	3	2	5	3
114	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5
115	5	5	4	5	5	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3
116	5	5	5	5	5	2	1	3	3	2	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	4
117	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	5	4	5	4	5	2	1	2	1	3	2	3	2	2	2	2	3
118	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4
119	5	5	5	5	5	2	2	1	3	1	3	4	4	4	3	4	1	1	2	1	2	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4
120	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	4	3	3	3

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
121	5	4	5	4	4	2	3	2	4	3	2	4	4	5	4	5	1	2	1	1	2	4	4	4	5	4	5	2	1	1	2	1	2
122	3	2	3	3	3	1	1	1	2	2	1	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	1	2	4	3	3	3	2	2	2
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	2	3	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
124	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5
125	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3
126	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	2	1	2	1	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
127	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	3	4	2	2	3	3	2	3	3	3	4	5	4	3	4	5
129	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	5	5	5	5	5	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1
130	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4
131	3	5	4	4	4	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3
132	5	4	4	4	5	3	3	4	2	3	4	2	1	1	2	2	3	3	2	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5
133	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
134	2	1	2	2	1	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4
135	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	5	3	5	5	4
136	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	5	5	5	4	5	5	2	3	3	3	3	2
137	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	5
138	3	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1	2
139	2	2	3	2	2	4	3	2	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3
140	3	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	5	4	5	4	4	2	3	5	4	3	4	2	2	1	2	2	2

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ 5	PZ6	LS 1	LS 2	LS 3	LS 4	LS 5	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
141	4	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	1	2	1	2	1	1
142	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	2	2	2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
144	4	4	4	3	2	5	5	5	4	5	5	3	4	2	3	4	3	5	4	5	5	2	2	2	2	2	1	4	2	1	3	3	2
145	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	4	5	4	5	4	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3	2	3	2	4
146	3	3	2	2	3	5	5	5	5	5	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	1	2	2	3	1
147	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	2	4	5	4	4
148	5	4	5	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2
149	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	2	1	1	2	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2
150	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5
151	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5
152	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3
153	2	1	1	2	1	3	3	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	2	1	3	3	4	4	4	3	4	3
154	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	1	2	1	1	1	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3
155	4	2	3	3	3	3	2	1	2	3	1	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2
156	5	5	5	5	5	2	3	2	2	3	3	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	2	5	5	5	5	5	5
157	2	3	4	3	2	4	4	5	5	5	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	5	2	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3
158	4	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1	3	4	4	3	2	1	1	2	2	1	5	5	5	5	4	5	2	2	2	2	2	2
159	5	5	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	1	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	2
160	4	2	3	4	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
	X1					X2						X3					X4					Z						Y					

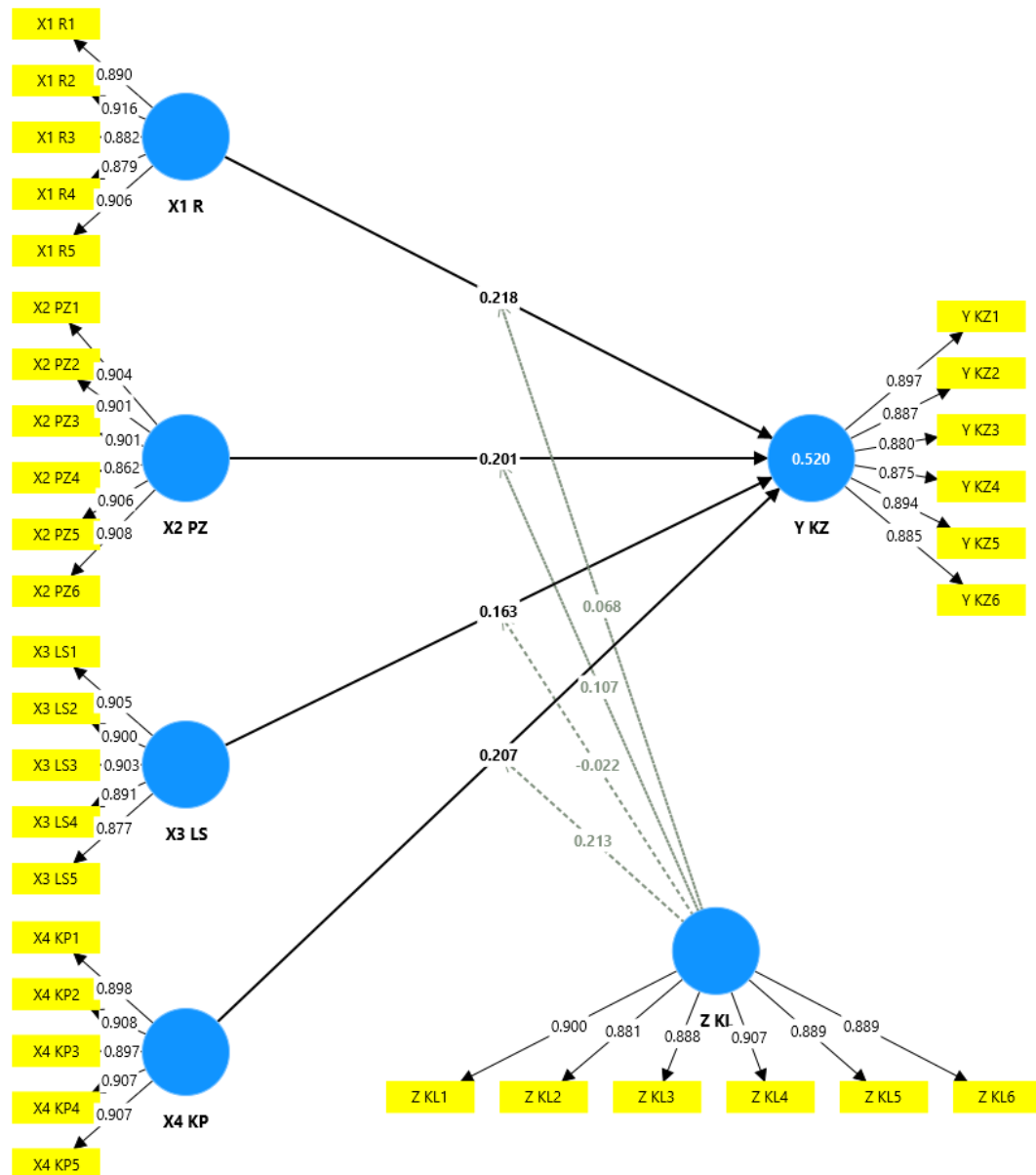
N O	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ 5	PZ6	LS 1	LS 2	LS 3	LS 4	LS 5	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6	
161	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	3	3
162	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	
163	3	3	4	4	3	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	4	2	3	3	3	3	
164	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	5	4	4	3	
165	4	4	3	3	5	2	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
166	3	3	4	3	3	2	2	2	1	2	2	4	3	4	3	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	2	
167	2	3	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	3	3	1	2	3	2	2	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	1	3	3	3	
168	3	4	3	3	3	1	2	1	1	2	1	3	2	2	4	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	3	2	4	3	4	4	3	3	
169	1	2	3	3	4	1	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	
170	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	3	2	
171	3	5	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	3	4	4	2	3	4	2	4	2	5	3	2	3	3	
172	5	5	4	4	5	3	2	3	3	2	3	1	1	1	2	1	4	4	5	4	4	3	2	1	3	4	3	2	2	1	3	3	1	
173	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	4	5	4	4	5	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	
174	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
175	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	2	4	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	
176	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	3	2	2	3	4	5	5	5	5	2	3	2	2	1	1	3	3	4	3	3	4	
177	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	4	2	3	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	
178	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	
179	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	1	1	2	3	1	4	4	4	5	5	3	3	3	3	2	2	5	5	3	4	5	4	
180	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
181	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	4	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5
183	2	2	3	2	2	4	3	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2
184	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3
185	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1	5	4	5	5	4	5	1	3	2	1	1	2
186	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	1	1	2	2	2	1	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	2	4
187	5	5	4	4	5	3	3	2	2	3	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	3
188	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1
189	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	2	1	2	1	1	1
190	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4
191	5	5	5	5	5	4	2	4	3	3	2	4	2	3	4	5	4	3	4	3	4	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	3
192	5	5	5	5	5	2	2	2	1	3	1	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
193	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5
194	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
195	2	2	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	2	2
196	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	4	3	4	5	3	3	1	1	2	1	1	1
197	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	1	3
198	5	4	5	3	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
199	2	1	1	2	2	4	5	4	4	3	4	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	3	3	5	4	4	4	5	3	3	5	5	5
200	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	5	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1

N O	X1					X2						X3					X4					Z						Y					
	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	PZ 1	PZ2	PZ3	PZ4	PZ5	PZ6	LS 1	LS2	LS3	LS4	LS 5	KP 1	KP2	KP3	KP4	KP 5	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KL 6	KZ 1	KZ 2	KZ 3	KZ 4	KZ 5	KZ 6
201	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	5	5	4	2	3	3	1	3	3
202	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	3	3	3	1	1	2	1	1	5	5	5	5	4	5	3	4	3	3	2	4
203	4	5	3	4	4	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2	2	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	5	2	3	4	4	3	3
204	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
205	2	4	3	2	4	4	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	2	4
206	3	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	1	2	1	2	1	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
207	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	2	3	2	3	3	3	3	3	5	3	4	1	3	2	3	4	2	4	2	3	4	4
208	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	2	3	2	2	2	4	4	5	5	5	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2
209	4	2	2	1	2	4	3	4	5	3	4	2	4	4	4	4	2	2	2	3	2	5	5	3	4	5	5	3	4	3	3	2	3
210	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	3
211	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	2	3	2	4	3	4	3	3	4	3	2	1	2	1	2	1	3	4	3	4	4	4
212	5	5	5	5	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	3	2	1	3	3	2	1	1	3	3	3	3	4	2
213	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	3	4
214	3	3	4	4	2	3	5	3	5	3	4	2	3	2	1	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	3	4
215	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
216	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	2	3	2	1	2	3	3	3	2	1	2	4	4	4	5	5	4
217	3	3	4	4	3	1	1	1	3	2	1	4	4	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4

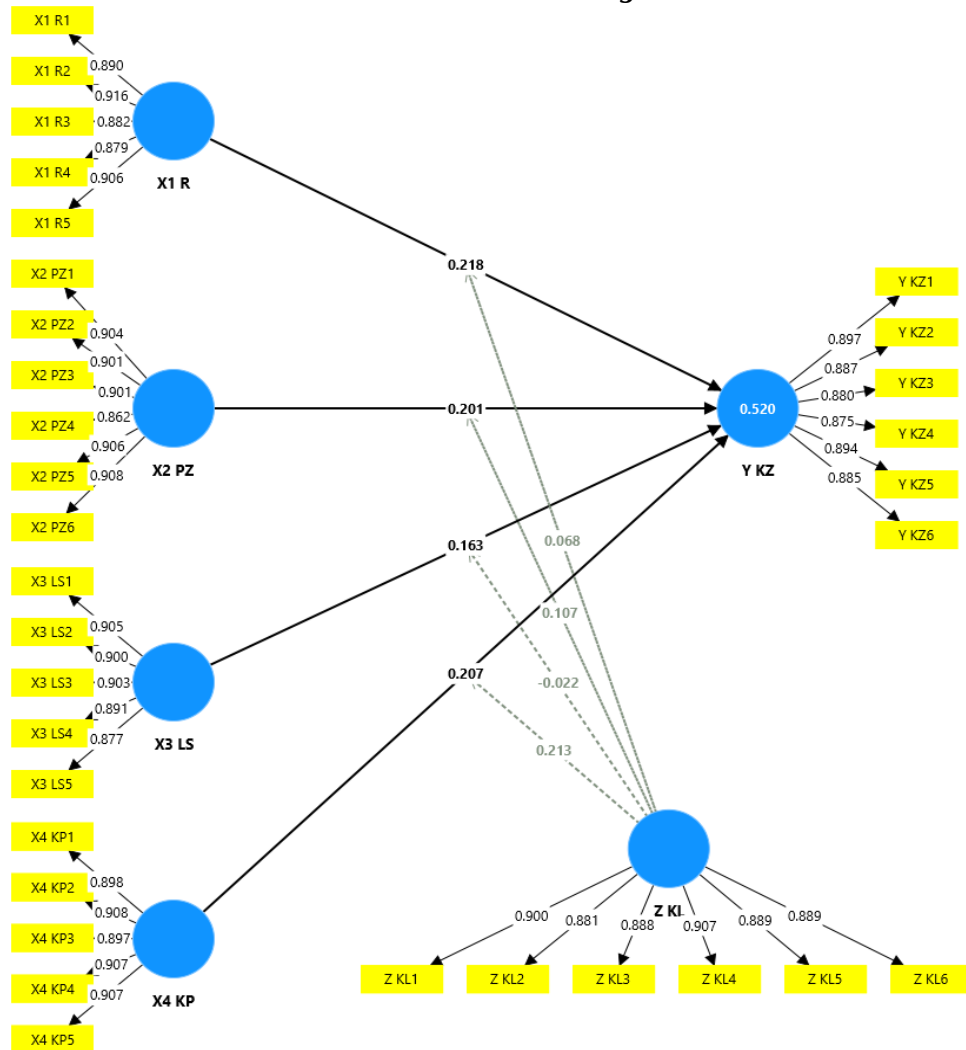
Lampiran 4. Hasil Uji

Uji Model Pengukuran (*Outer model*)



Convergent validity dan Discriminan Validity

Variabel	Item	N	Persentase Jawaban					Mean		Standar Deviasi
			SS	S	N	TS	STS	Item	Variabel	
Religiusitas (X1)	X1_R1	217	25,81%	28,57%	24,88%	16,13%	4,61%	3,548	3,551	1,170
	X1_R2	217	29,49%	25,35%	21,66%	17,51%	5,99%	3,548		1,247
	X1_R3	217	27,65%	27,19%	26,73%	13,82%	4,61%	3,594		1,163
	X1_R4	217	22,58%	29,49%	26,73%	16,13%	5,07%	3,484		1,155
	X1_R5	217	29,49%	25,35%	25,81%	12,44%	6,91%	3,581		1,226
Pengetahuan Zakat (X2)	X2_PZ1	217	16,59%	25,81%	26,73%	21,66%	9,22%	3,189	3,212	1,216
	X2_PZ2	217	19,35%	22,12%	26,27%	23,04%	9,22%	3,194		1,251
	X2_PZ3	217	18,89%	26,27%	20,28%	25,35%	9,22%	3,203		1,268
	X2_PZ4	217	19,35%	23,04%	28,11%	20,74%	8,76%	3,235		1,230
	X2_PZ5	217	18,89%	20,74%	31,34%	21,20%	7,83%	3,217		1,203
	X2_PZ6	217	18,43%	27,19%	23,96%	20,28%	10,14%	3,235		1,253
Lingkungan Sosial (X3)	X3_LS1	217	15,67%	23,50%	31,34%	18,43%	11,06%	3,143	3,173	1,214
	X3_LS2	217	17,97%	26,27%	23,50%	24,42%	7,83%	3,221		1,224
	X3_LS3	217	21,66%	18,89%	25,35%	25,81%	8,29%	3,198		1,270
	X3_LS4	217	14,29%	27,19%	28,11%	19,82%	10,60%	3,147		1,204
	X3_LS5	217	19,35%	23,04%	26,27%	16,59%	14,75%	3,157		1,321
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	X4_KP1	217	17,51%	30,88%	23,04%	15,67%	12,90%	3,244	3,229	1,277
	X4_KP2	217	19,35%	21,66%	29,95%	19,82%	9,22%	3,221		1,231
	X4_KP3	217	17,51%	25,81%	24,42%	22,12%	10,14%	3,184		1,248
	X4_KP4	217	17,97%	24,42%	27,65%	18,43%	11,52%	3,189		1,257
	X4_KP5	217	22,58%	22,58%	26,73%	19,35%	8,76%	3,309		1,259
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	Z_KL1	217	16,13%	23,50%	26,27%	24,42%	9,68%	3,120	3,157	1,226
	Z_KL2	217	18,43%	23,96%	25,81%	21,20%	10,60%	3,184		1,259
	Z_KL3	217	21,20%	23,04%	24,88%	20,74%	10,14%	3,244		1,280
	Z_KL4	217	17,51%	22,58%	23,96%	24,88%	11,06%	3,106		1,270
	Z_KL5	217	16,59%	22,12%	27,65%	21,66%	11,98%	3,097		1,256
	Z_KL6	217	19,82%	23,96%	23,04%	22,12%	11,06%	3,194		1,291
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	Y_KZ1	217	18,43%	21,66%	32,26%	21,20%	6,45%	3,244	3,220	1,171
	Y_KZ2	217	17,05%	26,73%	26,27%	21,66%	8,29%	3,226		1,206
	Y_KZ3	217	19,35%	19,82%	35,02%	16,13%	9,68%	3,230		1,214
	Y_KZ4	217	17,05%	22,12%	28,57%	25,35%	6,91%	3,171		1,188
	Y_KZ5	217	19,35%	20,28%	30,41%	20,28%	9,68%	3,194		1,240
	Y_KZ6	217	19,35%	23,50%	28,11%	21,20%	7,83%	3,253		1,215

Gambar Crossloading

Cross loading

Variabel	Item	Loading Faktor	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1_R1	0,890	Valid
	X1_R2	0,916	Valid
	X1_R3	0,882	Valid
	X1_R4	0,879	Valid
	X1_R5	0,906	Valid
Pengetahuan Zakat (X2)	X2_PZ1	0,904	Valid
	X2_PZ2	0,901	Valid
	X2_PZ3	0,901	Valid
	X2_PZ4	0,862	Valid
	X2_PZ5	0,906	Valid
	X2_PZ6	0,908	Valid
Lingkungan Sosial (X3)	X3_LS1	0,905	Valid
	X3_LS2	0,900	Valid
	X3_LS3	0,903	Valid
	X3_LS4	0,891	Valid
	X3_LS5	0,877	Valid
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	X4_KP1	0,898	Valid
	X4_KP2	0,908	Valid
	X4_KP3	0,897	Valid
	X4_KP4	0,907	Valid
	X4_KP5	0,907	Valid
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	Y_KZ1	0,897	Valid
	Y_KZ2	0,887	Valid
	Y_KZ3	0,880	Valid
	Y_KZ4	0,875	Valid
	Y_KZ5	0,894	Valid
	Y_KZ6	0,885	Valid
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	Z_KL1	0,900	Valid
	Z_KL2	0,881	Valid
	Z_KL3	0,888	Valid
	Z_KL4	0,907	Valid
	Z_KL5	0,889	Valid
	Z_KL6	0,889	Valid

Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

No.	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Kriteria	Keterangan
1	Religiusitas (X1)	0,801	> 0,50	Valid
2	Pengetahuan Zakat (X2)	0,805	> 0,50	Valid
3	Lingkungan Sosial (X3)	0,801	> 0,50	Valid
4	Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	0,816	> 0,50	Valid
5	Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	0,796	> 0,50	Valid
6	Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,786	> 0,50	Valid

Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)
Religiusitas (X1)	0,938	0,942	0,953
Pengetahuan Zakat (X2)	0,952	0,962	0,961
Lingkungan Sosial (X3)	0,938	0,94	0,953
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4)	0,944	0,947	0,957
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,945	0,947	0,956
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z)	0,949	0,952	0,959

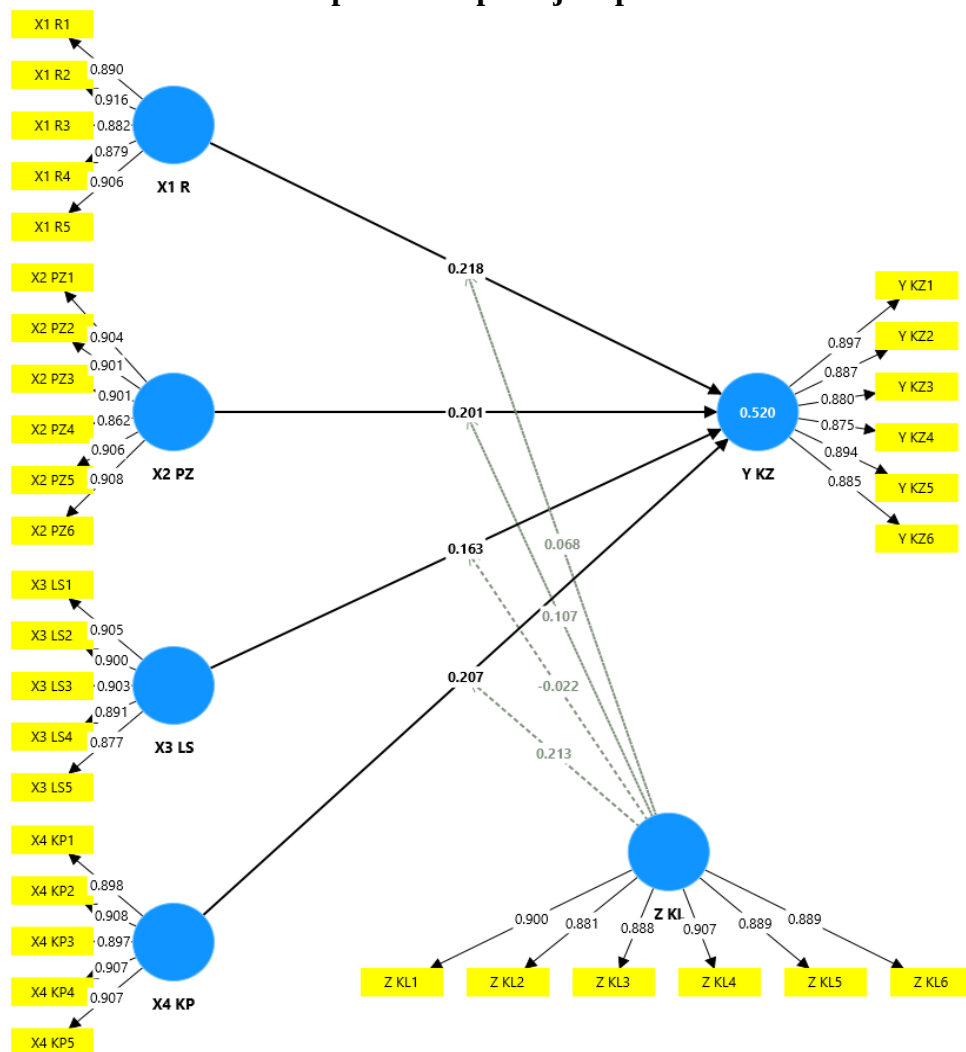
Cross loading Discriminant validity

Item	Religiusitas (X1)	Pengetahuan Zakat (X2)	Lingkungan Sosial (X3)	Kepercayaan Lembaga (X4)	Keputusan Zakat (Y)	Kemudahan Layanan (Z)
X1_R1	0,89	0,237	0,125	0,183	0,33	0,11
X1_R2	0,92	0,266	0,16	0,25	0,39	0,06
X1_R3	0,88	0,162	0,181	0,167	0,33	0,11
X1_R4	0,88	0,224	0,158	0,193	0,32	0,05
X1_R5	0,91	0,238	0,16	0,218	0,33	0,1
X2_PZ1	0,24	0,904	0,128	0,21	0,29	0,13
X2_PZ2	0,23	0,901	0,175	0,209	0,35	0,11
X2_PZ3	0,26	0,901	0,185	0,245	0,39	0,14
X2_PZ4	0,2	0,862	0,1	0,18	0,23	0,02
X2_PZ5	0,2	0,906	0,176	0,248	0,33	0,06
X2_PZ6	0,23	0,908	0,201	0,234	0,34	0,14
X3_LS1	0,21	0,176	0,905	0,139	0,35	0,23
X3_LS2	0,13	0,16	0,9	0,16	0,37	0,28
X3_LS3	0,18	0,139	0,903	0,149	0,36	0,3
X3_LS4	0,12	0,171	0,891	0,148	0,4	0,27
X3_LS5	0,16	0,181	0,877	0,179	0,33	0,19
X4_KP1	0,2	0,177	0,158	0,898	0,34	0,06
X4_KP2	0,17	0,242	0,188	0,908	0,33	0,13
X4_KP3	0,2	0,163	0,061	0,897	0,31	0,09
X4_KP4	0,26	0,27	0,157	0,907	0,38	0,19
X4_KP5	0,2	0,261	0,202	0,907	0,37	0,17
Y_KZ1	0,32	0,293	0,363	0,353	0,9	0,32
Y_KZ2	0,36	0,341	0,39	0,366	0,89	0,38
Y_KZ3	0,34	0,308	0,384	0,336	0,88	0,36
Y_KZ4	0,32	0,293	0,358	0,302	0,88	0,41
Y_KZ5	0,36	0,353	0,257	0,297	0,89	0,3
Y_KZ6	0,32	0,356	0,393	0,38	0,89	0,39
Z_KL1	0,09	0,14	0,277	0,144	0,38	0,9
Z_KL2	0,11	0,026	0,266	0,104	0,36	0,88
Z_KL3	0,11	0,131	0,25	0,149	0,39	0,89
Z_KL4	0,06	0,093	0,25	0,117	0,32	0,91
Z_KL5	0,08	0,102	0,237	0,13	0,39	0,89
Z_KL6	0,04	0,137	0,257	0,118	0,32	0,89

Hasil Uji R Square

Variabel Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0,52	0,499

Graphical Output Uji Hipotesis



Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Religiusitas (X1) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.218	0.217	0.050	4.317	0.000
Pengetahuan Zakat (X2) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.201	0.202	0.050	3.982	0.000
Lingkungan Sosial (X3) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.163	0.164	0.051	3.162	0.002
Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.207	0.207	0.052	3.975	0.000
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.317	0.318	0.048	6.535	0.000
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Religiusitas (X1) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.068	0.069	0.044	1.533	0.125
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Pengetahuan Zakat (X2) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.107	0.107	0.044	2.432	0.015
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Lingkungan Sosial (X3) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	-0.022	-0.024	0.041	0.540	0.589
Kemudahan Layanan Lembaga Zakat (Z) × Kepercayaan terhadap Lembaga Zakat (X4) → Keputusan Membayar Zakat Perdagangan (Y)	0.213	0.212	0.042	5.061	0.000

Lampiran 5. Curriculum Vitae

CURRICULUM VITAE

**A. DATA PRIBADI**

Nama : Muhammad Nur 'Alim Ahmad
 TTL : Sidoarjo, 22 April 2000
 Orang Tua : Bp. Mislikin dan Ibu Puji Astutik
 : Bp. Ahmad Yasir Suprpto dan Ibu Damiati
 Alamat : Serujo Gg. Gajah RT/RW : 10/02 Pucanganom
 Sidoarjo Jawa Timur 61213
 E-mai : ngalimkang@gmail.com
 No.Telp : 0813-3336-3523
 Agama : Islam
 Status : Belum Menikah
 Kewarganegaraan : Indonesia

B. RIWAYAT PENDIDIKAN**Formal**

2005-2007 : TK Nurul Muslimin Karanggayam Sidoarjo
 2007-2013 : SD Plus Sabilu Rosyad Sidoarjo
 2013-2016 : MTS Ihsanniat Rejoagung, Ngoro, Jombang (2016)
 2016-2019 : MA Ihsanniat, Rejo Agung, Ngoro, Jombang (2019)
 2019-2023 : STAI At-Tahdzib, Rejo Agung, Ngoro, Jombang
 2024-sekarang : Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang