

**Determinan Muslim Milenial dan Generasi Z di Wilayah Jabodetabek  
Untuk Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat Formal**

**Jenidar Oseva, Mohamad Soleh Nurzaman**

Program Studi Kajian Wilayah Timur Tengah dan Islam, Sekolah Kajian Strategik dan  
Global Universitas Indonesia

jenidar.oseva@ui.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the factors influencing Millennials and Gen Z's intention to pay zakat in formal zakat institutions. The Theory of Planned Behavior is used as the theoretical framework in this study by including variables of education, income, perceived religiosity, literacy, social influence, and credibility of zakat institutions. Primary data was collected through a survey of a total of 100 Millennial and Gen Z Muslim respondents in the Jabodetabek area who pay zakat through a formal zakat institution. The analysis in this study uses a logistic regression model. This study found that the level of education and the credibility of zakat institutions have a positive and significant effect on the intention or willingness of millennials and Gen Z to pay zakat through formal zakat institutions. However, the variables of income, perceived religiosity, literacy, and social influence are insignificant in this study. The implications of these findings include that BAZNAS and zakat institutions need to implement programs to increase public knowledge and develop promotional strategies for paying zakat through zakat institutions. In terms of credibility, BAZNAS must be able to formulate clear regulations to guide zakat institutions in administering zakat professionally and credibly. In addition, managers of zakat institutions must also ensure they can manage institutions professionally and credibly implement digitization (online platform) to facilitate and accelerate muzaki access to pay zakat and get information on zakat distribution. Some limitations of this research that can still be developed in other studies are the use of a larger number of samples and the coverage of other cities in Indonesia.*

**Keywords:** Zakat, Zakat Institution, Intention, Muzaki, Millennial, Gen Z

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat generasi milenial dan gen Z untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Kerangka teori yang digunakan adalah *The theory of Planned Behavior* dengan memasukkan variabel pendidikan, pendapatan, persepsi religiusitas, literasi, pengaruh sosial dan kredibilitas lembaga zakat. Data primer dikumpulkan melalui survei dengan jumlah responden sebanyak 100 muslim milenial dan gen Z di wilayah Jabodetabek yang membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan model *logistic regression*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan kredibilitas lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat atau intensi membayar zakat milenial dan gen Z di lembaga zakat formal. Namun, variabel pendapatan, persepsi religiusitas, literasi, dan pengaruh sosial tidak signifikan pada penelitian ini. Implikasi dari temuan tersebut diantaranya adalah BAZNAS dan lembaga zakat harus melaksanakan program untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan menyusun strategi promosi pembayaran zakat melalui lembaga zakat. terkait kredibilitas, BAZNAS harus dapat merumuskan peraturan yang jelas sebagai panduan lembaga zakat dalam

mengelola zakat secara profesional dan kredibel. Selain itu pengelola lembaga zakat juga harus memastikan bahwa mereka mempunyai kapasitas untuk mengelola lembaga secara profesional dan kredibel, menerapkan digitalisasi (*platform online*) untuk memudahkan dan mempercepat akses muzaki dalam membayar zakat serta mendapatkan informasi penyaluran zakat. Beberapa keterbatasan dari penelitian ini yang masih dapat dikembangkan pada penelitian lainnya yaitu agar menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan mencakup kota-kota lain di Indonesia.

**Kata Kunci:** Zakat, Lembaga Zakat, Niat, Muzaki, Milenial, Gen Z

## PENDAHULUAN

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh seorang muslim dengan mengeluarkan sebagian dari harta kekayaannya untuk diberikan kepada mustahik sesuai ketentuan Syariat. Dalam perspektif Islam, menunaikan zakat merupakan salah satu perwujudan rasa syukur atau ungkapan terima kasih kepada Allah yang memiliki hikmah yang sangat besar, diantaranya adalah menyucikan diri dari berbagai penyakit hati serta dapat memelihara harta benda. Dalam perspektif kehidupan ekonomi sosial, zakat berperan positif dalam mengatasi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat muslim khususnya.

Jumlah umat Islam di Indonesia sebagaimana dilaporkan pada publikasi *Muslim 500* edisi 2023, mencapai 237,55 juta jiwa (The Royal Islamic Strategic Studies Centre, 2023) atau setara 87,2% total penduduk Indonesia. Oleh karena itu Indonesia tercatat sebagai negara yang berpenduduk muslim terbesar di dunia. Hal tersebut dapat memberikan gambaran betapa besarnya potensi zakat di Indonesia. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), sebagai institusi yang memiliki tugas mengatur pengelolaan zakat di Indonesia, menyatakan bahwa potensi zakat di Indonesia sangatlah besar, diperkirakan dapat senilai Rp327 triliun. Namun realisasi pengumpulan zakat pada 2022 baru mencapai Rp14 triliun atau baru mencapai 4,28% dari potensi yang ada. Meskipun masih terbilang rendah, namun pencapaian tersebut meningkat 52,14% (YoY) dibandingkan tahun 2021 yang mencapai Rp14 triliun (BAZNAS, 2023).

Menurut BAZNAS, belum optimalnya realisasi tersebut disebabkan oleh masih minimnya literasi dan masih banyak umat muslim yang belum memahami dengan baik mengenai kewajiban membayar zakat dengan berbagai jenis dan metode pembayarannya. Selain itu, banyak juga muzaki yang mendistribusikan zakatnya secara langsung kepada para mustahik di sekelilingnya.

Selain minimnya literasi, masalah rendahnya realisasi penghimpunan zakat juga disebabkan oleh masih terbatasnya penggunaan teknologi digital di tengah pesatnya perkembangan teknologi sistem pembayaran di Indonesia. Beberapa lembaga zakat formal di Indonesia tercatat telah memiliki *platform* digital bersinergi dengan perbankan untuk mempermudah para muzaki dalam menunaikan kewajibannya membayar zakat serta infak dan sedekah. Namun berbagai kanal digital tersebut belum tersosialisasi dan dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, ternyata, transformasi digital tidak sepenuhnya mengubah cara muzaki memberikan

zakat. Sebagian besar, mereka lebih suka memberikan zakat secara langsung ke mustahik karena hal itu dianggap lebih mudah (Sofiyawati & Halimah, 2022).

Jika dihubungkan dengan kategori usia penduduk dengan intensi membayar zakat, maka penduduk usia muda dinilai memiliki peluang yang cukup besar dalam upaya meningkatkan realisasi zakat. Berdasarkan data Sensus Penduduk 2020, penduduk Indonesia saat ini didominasi generasi 'Y' dan generasi Z. Generasi 'Y' atau sering kali disebut sebagai kaum milenial yaitu penduduk yang lahir pada 1980-1996, sementara generasi Z atau gen Z adalah penduduk yang lahir di rentang tahun 1997-2012. Jumlah generasi milenial saat ini mencapai sebesar 25,87% dari jumlah penduduk Indonesia, sementara itu gen Z sebanyak 27,94%. Sementara itu untuk penduduk usia pekerja pada tahun 2020, diperkirakan sebanyak 50% dari tenaga kerja terdiri dari generasi milenial dan gen Z, dan pada tahun 2025 angka itu diperkirakan akan mencapai 75 persen dari jumlah total tenaga kerja Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2021).

Salah satu karakteristik khas dari kaum milenial adalah *tech-savvy* 'melek teknologi' atau dengan kata lain merupakan pengguna teknologi digital (*gadget*) yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk generasi 'X' dan 'Baby Boomers' (Yuswohady & Suryati Veronika, 2016). Generasi milenial melibatkan teknologi hampir untuk seluruh aspek kehidupannya baik pribadi maupun sosial dan pekerjaan.

Di sisi lain, terdapat kecenderungan bahwa generasi milenial dan gen Z memiliki kesadaran sosial yang tinggi dan memperhatikan dampak sosial dari setiap tindakan yang mereka lakukan bagi Masyarakat (BAZNAS, 2023). Hal tersebut termasuk diantaranya terkait dengan penyaluran dana sosial seperti zakat, wakaf, infak, dan sedekah. Namun demikian, mereka juga dinilai sangat kritis informasi, terutama terkait kualitas, transparansi dan akuntabilitas dari berbagai aspek. Terkait hal ini, maka tata kelola di lembaga zakat formal juga akan merupakan perihal yang menjadi perhatian mereka.

Dengan mempertimbangkan beberapa fakta di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat generasi milenial dan Gen Z untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal. *The Theory of Planned Behavior*, yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen, akan menjadi kerangka teori dari penelitian ini. Adapun faktor-faktor yang akan diteliti meliputi variabel pendidikan, pendapatan, persepsi religiusitas, persepsi literasi, persepsi pengaruh sosial dan persepsi kredibilitas lembaga zakat.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek dengan pertimbangan bahwa Jabodetabek merupakan kawasan megapolitan yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia yang didukung dengan banyaknya pusat bisnis, kawasan industri, dan pusat perbelanjaan. Dengan jumlah penduduk Jabodetabek mencapai lebih dari 29,1 juta jiwa atau sekitar 11% dari jumlah penduduk Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2021), dapat dipastikan Jabodetabek

juga memiliki jumlah pekerja milenial dan gen Z yang cukup banyak yang diharapkan dapat meningkatkan realisasi zakat.

Salah satu studi yang cukup relevan dengan kajian ini adalah (Ma'fiah et al., 2018) yang menemukan bahwa pengetahuan muslim mengenai zakat, iman dan religiusitas, kesadaran dan keyakinan, serta kualitas layanan adalah faktor utama yang memengaruhi muzaki untuk menunaikan zakat melalui lembaga zakat formal dari perspektif individu. Dari perspektif kelembagaan, faktor-faktor yang mempengaruhi adalah kredibilitas dari manajemen dan organisasi, serta sosialisasi kepada masyarakat tentang zakat.

Dari penelitian (Hapsari & Priyadi, 2020) ditemukan bahwa konsistensi muzaki dalam membayar ZIS di Lembaga Amil Zakat (LAZ) dipengaruhi oleh variabel religiusitas, pendapatan, kepercayaan, kepatuhan syariah, pengetahuan, keadilan, publikasi data, akuntabilitas keuangan, motivasi, peran ulama, peran pemerintah. Sementara variabel akuntabilitas di sisi keuangan serta kepatuhan pada ketentuan syariah pembayaran ZIS oleh muzaki di LAZ

Sebuah studi yang dilakukan terhadap para pengusaha di Yaman (Bin-Nashwan et al., 2021) mendapati bahwa religiusitas dan tanggung jawab moral signifikan berpengaruh positif terhadap kepatuhan membayar zakat, sedangkan pengaruh dari rekan sebaya (*peers*) justru berdampak negatif. Sementara variabel persepsi keadilan sistem zakat diketahui tidak signifikan berpengaruh. Temuan dari penelitian ini menjadi rekomendasi bagi para pembuat kebijakan dan lembaga zakat mengenai pentingnya menanamkan nilai-nilai agama dan moral, merumuskan sistem yang adil, dan mengadakan program sosial di masyarakat.

## TINJAUAN LITERATUR

### Zakat

Zakat berasal dari kata '*zaka*' yang berarti menumbuhkan, '*ziadah*' yang berarti menambah, '*barakah*', yang berarti memberkahkan, '*thathir*' yang berarti menyucikan, dan '*an-nama*' yang berarti berkembang. Namun, menurut syariat "zakat adalah hak yang telah ditentukan untuk memberi zakat kepada orang-orang dan harta tertentu" (Zainal & Hidayat, 2021). Kewajiban zakat tercatat dalam Al Quran Surat A-Ruum (30: 37-40), dan Islam telah merinci seluruh ketentuan, syarat, dan kategori harta yang terkan kewajiban zakat.

Zakat bukan hanya berkaitan dengan aspek ketuhanan (*ghairu mahdhah*), namun berhubungan juga dengan aspek sosial-kemanusiaan. Zakat berfungsi sebagai alat ekonomi untuk mengurangi kemiskinan, mempromosikan kesetaraan pendapatan, dan mengurangi perbedaan antara kelompok kaya dan miskin (Huda & Mohamad, 2018).

Dalam perspektif Islam, zakat merupakan sumber keuangan utama negara, dan di sisi pemerintah atau negara adalah sebagai amil dalam pengelolaannya, sejak mengumpulkan hingga mendistribusikannya. Untuk negara yang pemerintahannya berdasarkan hukum Islam, maka negara bertugas untuk mengatur dan memantau

realisasi pemberlakuan zakat, dimana pemerintah berhak untuk memaksa bagi mereka yang telah wajib untuk berzakat namun tidak menaati kewajiban zakat tersebut (Bank Indonesia, 2016).

## Organisasi Pengelola Zakat

Dalam Al-Quran, amil zakat disebutkan pada Surat At-Taubah ayat 60 dan 103, yang menunjukkan peran pentingnya dalam agama Islam. Para ahli tafsir menyatakan bahwa makna dari amil zakat pada surat tersebut adalah orang yang diberi amanah untuk mengelola zakat dan berhak mendapat bagian darinya (Bank Indonesia, 2016). Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, praktik pengelolaan zakat oleh amil zakat telah dilakukan dan terbukti berfungsi sebagai alat untuk keadilan sosial ekonomi Islam (Annahl et al., 2021).

Secara umum organisasi yang mengelola zakat di Indonesia terdiri dari Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). BAZ adalah lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah dan memiliki tugas untuk mengatur kegiatan pengelolaan zakat sesuai ketentuan syariat, sejak dari pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan. Sementara LAZ adalah institusi yang dibentuk oleh masyarakat atau swasta dan kemudian dikukuhkan oleh pemerintah untuk sebagai pengelola zakat (Huda & Mohamad, 2018).

Terdapat perbedaan antara pengelolaan zakat oleh lembaga resmi dibandingkan dengan penyaluran zakat secara langsung kepada mustahik oleh seorang muzaki. Salah satu perbedaannya adalah lembaga zakat akan melakukan berbagai proses pendataan dan penelitian terhadap mustahik sebelum menyalurkan zakat. Oleh karena itu pemanfaatan dana untuk memberdayakan mustahik bisa dilakukan dengan skala yang lebih besar dan strategis yang lebih baik (Ibrahim et al., 2021). Selain itu, pengelolaan zakat oleh lembaga zakat formal juga akan lebih terukur dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat baik dari sisi kebutuhan spiritual maupun material dengan mengimplementasikan *Center of Islamic Business and Economic Studies* (CIBEST) (Dompot Dhuafa, 2022)

## Tata Kelola Pengelolaan Zakat

Kegiatan utama dalam pengelolaan zakat terdiri dari penghimpunan, manajemen dan investasi, serta pendayagunaan. Dalam menjalankan perannya tersebut, sebuah lembaga amil zakat harus betul-betul mengacu pada praktik terbaik sesuai ketentuan agama dan memenuhi indikator tertentu.

Untuk memastikan bahwa lembaga zakat memenuhi fungsinya sebagaimana amanahnya, dibutuhkan beberapa indikator kinerja LAZ. Beberapa faktor penting yang harus diperhitungkan pada indikator tersebut antara lain periode penghimpunan, rasio biaya operasional penghimpunan dana, efektivitas dari alokasi dana, tata kelola, kegiatan pencairan dana, dan nilai maksimum dana yang ditahan (Bank Indonesia, 2016).

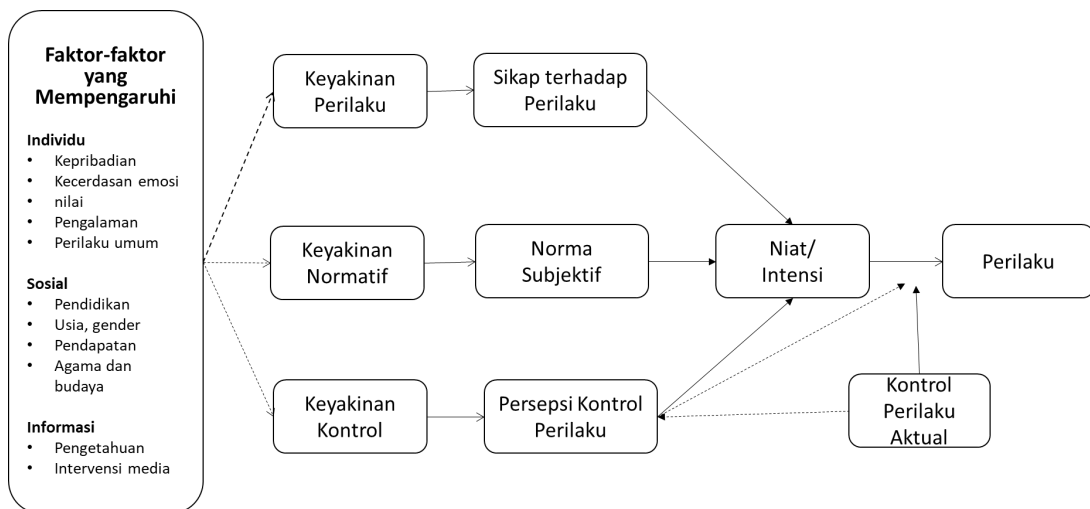
Untuk menjalankan tata kelola lembaga zakat yang profesional semua pihak, termasuk pemerintah, lembaga pengelola, muzakki, dan *stakeholder* lainnya, harus

memahami *Zakat Core Principles* (ZCP) atau prinsip-prinsip Inti Zakat. Lembaga zakat yang telah dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut itulah yang dapat dikatakan memiliki kredibilitas yang pada akhirnya akan menjadi penentu seorang muzaki dalam memilih metode dan perantara dalam melakukan kewajibannya membayar zakat.

Kemampuan lembaga zakat untuk mengelola zakat secara profesional dan memiliki standar prosedur operasional, terutama yang berkaitan dengan penerimaan zakat serta komitmen untuk melaksanakannya dengan baik, adalah salah satu cara untuk mengukur kredibilitas lembaga zakat formal. Selain itu, lembaga zakat harus dapat memberikan informasi lengkap mengenai profil lembaga serta laporan berkala tentang dana zakat. Ketersediaan layanan pembayaran secara *online* juga merupakan hal yang dibutuhkan untuk meningkatkan layanan zakat (Ma'fiah et al., 2018).

### **Theory of Planned Behavior**

*Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icen Ajzen berkembang menjadi *The theory of Planned Behavior*. Menurut teori tersebut, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu adalah alasan utama untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2012). Terdapat tiga faktor yang memengaruhi niat tersebut yaitu 1) Sikap pribadi (*Attitude*) yang mencerminkan penilaian individu, positif ataukah negatif, terhadap perilaku tersebut yang terbentuk dari persepsi individu tentang manfaat dan konsekuensi perilaku; 2) Norma Subjektif, yang menunjukkan bagaimana seseorang memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu, menyikapi tekanan sosial dari pihak lain; 3) Persepsi pengendalian perilaku (*Perceived Behavioral Control*), yang mengacu pada keyakinan individu bahwa mereka memiliki kemampuan dan upaya untuk melakukan suatu perilaku yang diinginkan. Dalam teori tersebut, niat adalah faktor utama untuk memperkirakan apakah seseorang akan melakukan atau tidak suatu perilaku tertentu.



**Gambar 1. Theory of Planned Behavior**

Sumber: The Theories of Reasoned and Planned Behavior (Nisson & Earl, 2020)

Proses tersebut merupakan '*reasoned action*' karena tindakan akhir dipengaruhi oleh keyakinan seseorang yang dipengaruhi dari jumlah informasi yang dimiliki seseorang tentang konsekuensi dari perilaku (Ajzen, 1991). Keyakinan merupakan produk dari banyak faktor latar belakang, seperti kepribadian, nilai-nilai, pengalaman, agama, kondisi ekonomi, dan budaya, serta karakteristik pribadi, seperti usia dan jenis kelamin. Selain itu, keluasan pengetahuan, tingkat akses terhadap informasi yang relevan mungkin juga berbeda diantara individu yang menyebabkan adanya keyakinan yang berbeda-beda (Nisson & Earl, 2020).

Salah satu penelitian yang menggunakan *theory of planned behavior* (Annahl et al., 2021), berusaha untuk menyelidiki variabel yang memengaruhi niat muzaki untuk membayar zakat malnya melalui lembaga zakat formal. Terdapat variabel lain yang ditambahkan yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku memengaruhi niat membayar zakat melalui lembaga zakat secara signifikan. Demikian juga dengan pengetahuan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan berdampak positif yang mengimplikasikan bahwa informasi dan transparansi dari lembaga zakat harus ditingkatkan.

Terkait dengan kredibilitas lembaga zakat, terdapat beberapa aspek lain yang harus diperhatikan dalam hal bertujuan untuk menarik minat milenial dan gen Z, yaitu kualitas sistem layanan digital (zakat *online*). Salah satu penelitian terkait zakat *online* (Kasri & Sosianti, 2023), memperoleh hasil bahwa situasi yang kondusif, tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, serta literasi tentang zakat berpengaruh terhadap niat membayar zakat secara *online*. Namun, ekspektasi usaha dan religiusitas Islam ternyata bukan penentu yang signifikan terhadap niat menunaikan zakat secara *online*. Temuan ini memberi gambaran bahwa para pemangku kepentingan zakat harus meningkatkan kepercayaan dan mengintensifkan edukasi tentang zakat. Selain itu, untuk meningkatkan pengumpulan zakat melalui saluran digital, lembaga zakat juga harus berupaya mengoptimalkan kualitas pelayanan zakat *online* dan pemanfaatan media sosial. Demikian juga dengan penelitian (Ramadhani & Hapsari, 2022) mendapatkan hasil bahwa niat muzaki generasi milenial untuk membayar zakat secara *online* secara signifikan dipengaruhi oleh variabel transparansi, kepercayaan dan reputasi.

Studi lain yang meneliti perilaku muzaki dalam membayar zakat (Antonio et al., 2020) menemukan bahwa transparansi pengelolaan zakat, promosi LAZ melalui keterlibatan *public figure*, dan regulasi pendukung yang memberlakukan zakat sebagai pengurang pajak, berdampak terhadap niat muzaki membayar zakat melalui LAZ secara signifikan. Sementara, peningkatan digitalisasi layanan dan edukasi zakat melalui media sosial tidak berdampak terhadap niat muzaki secara signifikan.

Penelitian dengan pendekatan lain yaitu *good governance* dan *fraud prevention* dilakukan (Wahyuni-TD et al., 2021), yang bertujuan menyelidiki

dampak langsung dan tidak langsung yang memengaruhi kinerja lembaga zakat. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tata kelola yang baik dan pencegahan kecurangan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja lembaga zakat. Sementara itu, prinsip keadilan tata kelola yang baik ditemukan tidak berdampak signifikan terhadap kinerja zakat untuk mencegah terjadinya kecurangan.

Studi lain dilakukan untuk meneliti persepsi lembaga zakat dan niat masyarakat terhadap penerapan teknologi *blockchain* dalam pengelolaan zakat di Malaysia (Mohd Nor et al., 2021), menemukan bahwa pengelolaan zakat masih menghadapi masalah kepercayaan, transparansi, tata kelola, aksesibilitas, efisiensi, kesalahan manusia, kepercayaan, pemantauan inefisiensi biaya dan penerima yang tumpang tindih. Dengan penerapan *blockchain*, berpotensi untuk meningkatkan pengumpulan dan pendistribusian zakat secara profesional, sistematis dan transparan dan menjangkau lebih banyak muzaki.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan kerangka teori berdasarkan model dari *the theory of planned behaviour* sebagaimana penjelasan sebelumnya. Kerangka pikir tersebut digunakan karena diyakini sebagai model yang paling tepat untuk dapat menggali niat responden untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Data primer pada penelitian ini dikumpulkan melalui survei *online* di wilayah Jabodetabek dengan responden berjumlah 100 orang. Pemilihan responden tersebut menggunakan metode *purposive sampling* yaitu hanya penduduk generasi milenial dan gen Z yang telah bekerja dan membayar zakat melalui lembaga zakat formal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Statistik

Komposisi demografi dari 100 responden sebagaimana pada tabel 2. Responden didominasi oleh perempuan (76%) dan berusia 36-42 tahun (41%). Kelompok responden milenial (26-42 tahun) mendominasi yaitu 90 persen, sementara gen Z sebanyak 10 persen. Domisili responden mayoritas di Jakarta (47%), diikuti Tangerang (30%), dan Depok (11%). Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas adalah lulusan diploma/sarjana (84%) yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kalangan berpendidikan. Sementara untuk pekerjaan didominasi oleh pegawai BUMN/ Lembaga Negara (70%) diikuti pegawai swasta (18%). Adapun untuk pendapatan rata-rata per bulan mayoritas di atas Rp10 juta (50%) dan di kisaran Rp5-10 juta (42%).

Tabel 2. Komposisi Demografi Responden

| Aspek Demografis             | Jumlah Responden | %  |
|------------------------------|------------------|----|
| <b>Gender</b>                |                  |    |
| Laki-laki                    | 24               | 24 |
| Perempuan                    | 76               | 76 |
| <b>Usia</b>                  |                  |    |
| 21-25                        | 10               | 10 |
| 26-30                        | 27               | 27 |
| 31-35                        | 22               | 22 |
| 36-42                        | 41               | 41 |
| <b>Domisili</b>              |                  |    |
| Jakarta                      | 47               | 47 |
| Bogor                        | 3                | 3  |
| Depok                        | 11               | 11 |
| Tangerang                    | 30               | 30 |
| Bekasi                       | 9                | 9  |
| <b>Pendidikan</b>            |                  |    |
| SMA/SMK                      | 2                | 2  |
| Diploma/Sarjana              | 84               | 84 |
| Pascasarjana                 | 14               | 14 |
| <b>Pekerjaan</b>             |                  |    |
| Tidak bekerja                | 4                | 4  |
| Aparatur Sipil Negara        | 8                | 8  |
| Pegawai BUMN/ Lembaga Negara | 70               | 70 |
| Pegawai swasta               | 18               | 18 |
| <b>Pendapatan</b>            |                  |    |
| < Rp2 juta                   | 4                | 4  |
| Rp2 juta - <Rp5 juta         | 4                | 4  |
| Rp5 juta - < Rp10 juta       | 42               | 42 |
| >Rp10 juta                   | 50               | 50 |

Sumber: Output SPSS 26.0

### Uji Validitas

Suatu instrumen atau butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila koefisien antara *item* dengan total *item* sama atau lebih besar dari 0,1966, sementara *item* tersebut dinyatakan tidak valid apabila nilai korelasinya di bawah 0,1966. Uji validitas terhadap seluruh butir pertanyaan ditunjukkan sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 3. Uji Validitas

| Variabel        | Indikator         | R hitung<br>(Corrected Item-<br>Total Correlation) | R tabel | Keterangan |
|-----------------|-------------------|--|---------|------------|
| Religiusitas    | X <sub>3.1</sub>  | .407   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>3.2</sub>  | .229   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>3.3</sub>  | .431   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>3.4</sub>  | .591   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>3.5</sub>  | .523   | 0.1966  | Valid      |
| Literasi        | X <sub>4.1</sub>  | .650   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.2</sub>  | .561   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.3</sub>  | .623   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.4</sub>  | .550   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.5</sub>  | .520   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.6</sub>  | .682   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>4.7</sub>  | .375   | 0.1966  | Valid      |
| Pengaruh Sosial | X <sub>5.1</sub>  | .284   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>5.2</sub>  | .739   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>5.4</sub>  | .687   | 0.1966  | Valid      |
| Kredibilitas    | X <sub>6.1</sub>  | .596   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.2</sub>  | .629   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.3</sub>  | .438   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.4</sub>  | .597   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.5</sub>  | .404   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.6</sub>  | .739   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.7</sub>  | .740   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.8</sub>  | .783   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.9</sub>  | .595   | 0.1966  | Valid      |
|                 | X <sub>6.10</sub> | .781   | 0.1966  | Valid      |

Sumber: Output SPSS 26.0

Berdasarkan uji validitas terhadap seluruh pertanyaan diketahui bahwa semua *item* lebih besar dari 0,1966 yang berarti valid, oleh karena itu dapat dilanjutkan untuk proses analisis selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Analisa Reliabilitas Statistik menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), dengan ketentuan variabel dianggap reliabel jika nilai nya lebih besar dari 0,60, dan sebaliknya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel                         | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------------------------|------------------|------------|
| X <sub>3</sub> (Religiusitas)    | .605             | Reliabel   |
| X <sub>4</sub> (Literasi)        | .801             | Reliabel   |
| X <sub>5</sub> (Pengaruh sosial) | .728             | Reliabel   |
| X <sub>6</sub> (Kredibilitas)    | .884             | Reliabel   |

Sumber: Output SPSS 26.0

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas pada pertanyaan terkait religiusitas, literasi, pengaruh sosial, dan kredibilitas seluruhnya lebih besar dari 0,60, sehingga maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

### Uji Kelayakan Model Regresi

Untuk menilai validitas model regresi, *Hosmer* dan *Lemeshow* menggunakan nilai *goodness of fit* untuk menghitung nilai Chi-Square.  $H_0$  diterima apabila probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa model dapat digunakan.

**Tabel 5. Hosmer and Lemeshow Test**

| Step | Chi-square | df | Sig. |
|------|------------|----|------|
| 1    | 5,905      | 8  | ,658 |

Sumber: Output SPSS 26.0

Menurut hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 5, nilai chi-square adalah 5,905 dengan tingkat signifikansi 0,658, lebih besar dari  $\text{Sig} > \alpha$  (0,05) yang menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima, dan ini berarti bahwa model sesuai dan dapat diterima. Oleh karena itu pengujian hipotesis dapat dilanjutkan.

### Uji Model Fit

Uji kelayakan model (*overall model fit*) digunakan untuk menentukan apakah penambahan variabel bebas dapat membawa perbaikan data yang signifikan (Ghozali, 2016). Pengujian ini akan membandingkan nilai  $-2\log$  likelihood ( $-2\text{LogL}$ ) pada awal (*Block number* = 0) dengan nilai  $-2\log$  likelihood pada akhir (*Block number* = 1).

**Tabel 6. Overall Model Fit**

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| $-2\text{LogL Block Number} = 0$ | 132,813 |
| $-2\text{LogL Block Number} = 1$ | 108,828 |

Sumber: Output SPSS 26.0

Nilai  $-2\text{LogL Block Number} = 0$  yaitu ketika model hanya terdiri dari konstanta, adalah 132,813, sementara nilai  $-2\text{LogL Block Number} = 1$  adalah 108,828, ketika model memasukkan konstanta dan variabel independen. Perbandingan kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai  $-2\text{LogL Block Number} = 0$  lebih besar daripada nilai  $-2\text{LogL Block Number} = 1$ , dengan penurunan sebesar 23,985. Hasil tersebut berarti bahwa model fit dengan data dan variabel seperti pendapatan, religiusitas, literasi, pengaruh sosial, dan kredibilitas lembaga zakat formal, dapat meningkatkan model fit.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 7. Model Summary**

| Step  | -2 Log likelihood    | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|---|----------------------|----------------------|---------------------|
| 1   | 108,828 <sup>a</sup> | ,213                 | ,290                |
| a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001. |                      |                      |                     |

Sumber: Output SPSS 26.0

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan pada model. Pada Tabel di atas terlihat nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,290 lebih tinggi dari nilai Cox & Snell R Square sebesar 0,213. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen sebesar 29%.

**Pengujian Simultan**

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model *logistic regression* dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel pendidikan, pendapatan, religiusitas, literasi, pengaruh sosial, dan kredibilitas lembaga zakat formal terhadap niat membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Pengujian *Omnibus Model Coefficients*, juga dikenal sebagai Pengujian Simultan, digunakan untuk mengevaluasi dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

**Tabel 8. Omnibus Tests of Model Coefficients**

|        |       | Chi-square | df | Sig. |
|--------|-------|------------|----|------|
| Step 1 | Step  | 23,985     | 6  | ,001 |
|        | Block | 23,985     | 6  | ,001 |
|        | Model | 23,985     | 6  | ,001 |

Sumber: Output SPSS 26.0

Hasil pengujian regresi logistik menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima dengan nilai chi-kuadrat 23,985, tingkat kebebasan = 6, dan tingkat signifikansi 0.001 (sig. < 0.05). H1 diterima berarti bahwa faktor-faktor seperti pendidikan, pendapatan, religiusitas, literasi, pengaruh sosial, dan kredibilitas lembaga zakat formal memengaruhi niat untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal.

**Hasil Regresi Logistik**

**Tabel 9. Hasil Regresi Logistik**

|                     |   | <b>B</b> | <b>S.E.</b> | <b>Wald</b> | <b>df</b> | <b>Sig.</b> | <b>Exp(B)</b> |
|---------------------|---|----------|-------------|-------------|-----------|-------------|---------------|
| Step 1 <sup>a</sup> | Pendidikan (X <sub>1</sub> )                        | 1,836    | ,840        | 4,775       | 1         | ,029        | 6,269         |
|                     | Pendapatan (X <sub>2</sub> )                        | -,121    | ,351        | ,119        | 1         | ,730        | ,886          |
|                     | Religiusitas (X <sub>3</sub> )                      | -,018    | ,113        | ,024        | 1         | ,876        | ,983          |
|                     | Literasi (X <sub>4</sub> )                          | ,022     | ,065        | ,111        | 1         | ,739        | 1,022         |
|                     | Pengaruh Sosial (X <sub>5</sub> )                   | ,145     | ,132        | 1,210       | 1         | ,271        | 1,157         |
|                     | Kredibilitas Lembaga Zakat Formal (X <sub>6</sub> ) | ,138     | ,046        | 9,006       | 1         | ,003        | 1,148         |
|                     | Constanta   | -12,811  | 4,017       | 10,171      | 1         | ,001        | ,000          |

a. Variable(s) entered on step 1: Pendidikan, Pendapatan, Religiusitas, Literasi, Pengaruh Sosial, Kredibilitas Lembaga Zakat Formal

Sumber: Output SPSS 26.0

Hasil pengujian tersebut menghasilkan persamaan model *regresi logistik* berikut:

$$\ln \frac{1}{1-p} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + \epsilon$$

Niat membayar zakat melalui lembaga zakat = - 12,811 + 1,836 Pendidikan - 0,121 Pendapatan - 0,018 Religiusitas + 0,022 Literasi + 0,145 Pengaruh sosial + 0,138 kredibilitas

Selanjutnya, pengujian parsial dilakukan untuk mengetahui dampak masing-masing variabel berdasarkan hasil *regresi logistik*. Pengujian dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) dan nilai signifikansi.

Pengujian menunjukkan bahwa hanya nilai signifikansi pendidikan dan kredibilitas lembaga zakat yang lebih rendah dari nilai signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%; H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa variabel pendidikan dan kredibilitas lembaga zakat signifikan memengaruhi niat membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Sementara itu variabel pendapatan, religiusitas, literasi, dan pengaruh sosial tidak signifikan memengaruhi.

Dalam model regresi logistik, koefisien diinterpretasikan dalam bentuk persentase yang tidak sama *odd rasio* (Nachrowi & Usman, 2008). *Odd ratio* adalah salah satu metrik yang digunakan dalam analisis regresi logistik yang ditujukan untuk mengukur hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Odd ratio* mengukur seberapa besar kemungkinan perubahan dalam variabel independen memengaruhi kemungkinan perubahan dalam variabel dependen. *Odd ratio* dirumuskan dengan  $e^{(Koefisien Regresi)}$  dengan nilai sebagai berikut:

**Tabel 10. Hasil Pembentukan Persamaan Logistik**

| Variabel                                    | Koefisien | Odd Ratio |
|---|-----------|-----------|
| Konstanta                                   | -12,811   | 2.73E-06  |
| Pendidikan ( $X_1$ )                        | 1,836     | 6,269     |
| Pendapatan ( $X_2$ )                        | -0,121    | 0,886     |
| Religiusitas ( $X_3$ )                      | -0,018    | 0,983     |
| Literasi ( $X_4$ )                          | 0,022     | 1,022     |
| Pengaruh Sosial ( $X_5$ )                   | 0,145     | 1,157     |
| Kredibilitas Lembaga Zakat Formal ( $X_6$ ) | 0,138     | 1,148     |

Sumber: Output SPSS 26.0

Berdasarkan tabel di atas dengan menggunakan *odd ratio* untuk variabel pendidikan ( $X_1$ ) dengan nilai 6,269 dapat diartikan bahwa terjadi peningkatan probabilitas dari variabel pendidikan senilai 1 satuan maka proporsi niat responden untuk membayar zakat di lembaga zakat formal akan meningkat sebesar 6, 269 kali.

Demikian juga dengan untuk variabel kredibilitas lembaga zakat formal ( $X_6$ ) dengan nilai koefisien *odd ratio* 1,148 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan probabilitas variabel kredibilitas lembaga zakat formal sebesar 1 satuan maka proporsi niat responden untuk membayar zakat di lembaga zakat formal akan meningkat sebesar 1,148 kali.

### Analisis

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap niat generasi milenial dan gen Z untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal, dengan pengaruh sebesar 6,269. Koefisien yang positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka kecenderungannya untuk memberikan zakat melalui lembaga zakat formal juga akan semakin besar. Temuan tersebut sejalan dengan hasil studi (Muthohar, 2019) yaitu bahwa pendidikan signifikan dan positif mempengaruhi niat muzaki dalam menunaikan zakat ke lembaga zakat di wilayah Joglosemar yang meliputi wilayah Yogyakarta, Solo, dan Semarang.

Hasil tersebut juga sejalan dengan *theory of Planned Behavior* yaitu bahwa pendidikan merupakan salah satu diantara faktor sosial yang akan berpengaruh pada keyakinan dan persepsi seseorang terhadap suatu perilaku atau yang disebut sebagai sikap pribadi (*Attitude*). *Attitude* tersebut mencerminkan penilaian individu terhadap perilaku tersebut yang terbentuk dari persepsi tentang manfaat dan konsekuensi dari perilaku tersebut (Nisson & Earl, 2020).

Selain itu, tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi keluasan pengetahuan dan tingkat akses terhadap informasi yang relevan, dalam hal ini adalah mengenai berzakat melalui lembaga zakat formal. Sebagaimana disebutkan

dalam ayat Alquran surat Az Zumar ayat 9: "Apakah sama orang yang mengetahui dengan orang yang tidak mengetahui? Sebenarnya hanya orang yang berakal sehat yang dapat menerima pelajaran", tingkat pendidikan yang tinggi juga akan mempengaruhi kemampuan untuk berpikir kritis dan rasional tentang masalah

Korelasi antara tingkat pendidikan dengan pengetahuan mengenai zakat sejalan dengan penelitian yang juga menggunakan *theory of planned behavior* (Annahl et al., 2021), yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memengaruhi niat membayar zakat melalui lembaga zakat. Wawasan dan pengetahuan mengenai ketentuan zakat, manfaat zakat, dan pendistribusian zakat, akan meningkatkan kepatuhan dan sikap muzaki dalam berzakat. Selain itu, penelitian (Hakim et al., 2022) menemukan bahwa tingkat pengetahuan muzaki secara signifikan berdampak positif pada pilihan mereka untuk membayar zakat di lembaga amil zakat.

Temuan empiris lainnya dari studi ini adalah bahwa kredibilitas lembaga zakat berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat generasi milenial dan gen Z untuk menunaikan zakatnya melalui lembaga zakat formal, dengan pengaruh sebesar 1,148. Koefisien yang positif tersebut berarti semakin baik tingkat kredibilitas dari suatu lembaga zakat, maka akan menambah kepercayaan milenial dan gen Z yang kemudian berdampak pada meningkatkannya niat untuk menunaikan zakat melalui lembaga zakat formal.

Temuan tersebut sejalan dengan studi sebelumnya (Muthohar, 2019), yaitu bahwa kredibilitas dari lembaga zakat berpengaruh signifikan dan positif mempengaruhi niat muzaki dalam mengeluarkan zakat ke lembaga zakat khususnya di wilayah Joglosemar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pertiwi & Ruslan Abdul Ghofur, 2020), yang menunjukkan bahwa kredibilitas merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi niat muzaki dalam mengeluarkan zakat ke lembaga zakat di Kabupaten Lampung Tengah.

Demikian juga hasil dari penelitian terkait zakat *online* (Kasri & Sosianti, 2023) menemukan bahwa ekspektasi kinerja dan kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh terhadap niat membayar zakat secara *online* di lembaga zakat formal. Hal ini terutama dilihat dari sisi akuntabilitas dan transparansi yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Sejalan dengan temuan tersebut, studi yang dilakukan di negara bagian Kwara, Nigeria (Sahban & Johari, 2021), menunjukkan bahwa kredibilitas erat kaitannya dengan kepercayaan dan transparansi.

Kedua faktor tersebut merupakan faktor terpenting dalam persepsi pengendalian perilaku atau *Perceived Behavioral Control* (Nisson & Earl, 2020) yang akan meningkatkan keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan dan upaya untuk melakukan suatu perilaku yang diinginkan. Demikian juga dengan studi tentang niat muzaki milenial (Ramadhani & Hapsari, 2022), menemukan bahwa faktor-faktor seperti transparansi, reputasi, dan kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk membayar zakat secara *online* di lembaga zakat.

Kemampuan lembaga zakat formal untuk mengelola lembaga secara profesional dan memiliki prosedur operasi standar, terutama yang berkaitan dengan penerimaan zakat dan komitmen melaksanakannya dengan baik, adalah cara untuk mengukur kredibilitasnya. Lembaga zakat juga harus dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai profil lembaga serta laporan berkala tentang dana yang dikelolanya (Ma'fiah et al., 2018).

Selanjutnya, disebutkan bahwa transparansi berhubungan dengan keterbukaan informasi yang merupakan salah satu alat kontrol, diantaranya berbentuk laporan keuangan. Kredibilitas lembaga zakat juga didukung oleh *good governance* dan *fraud prevention*, yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja lembaga zakat (Wahyuni-TD et al., 2021).

Salah satu studi di Malaysia (Mohd Nor et al., 2021), menemukan bahwa pengelolaan zakat masih menghadapi masalah kepercayaan, transparansi, tata kelola, aksesibilitas, efisiensi, kesalahan manusia, pemantauan, inefisiensi biaya, dan penerima yang tumpang tindih. Oleh karena itu, penerapan *blockchain* merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan pengumpulan dan pendistribusian zakat secara profesional, sistematis dan transparan serta menjangkau lebih banyak muzaki. Atau dengan kata lain lembaga zakat sedapat mungkin memiliki fasilitas pembayaran *online* atau menerapkan digitalisasi dalam pengelolaan zakat.

Hal tersebut juga sejalan dengan studi (Kasri & Sosianti, 2023) yang menyebutkan bahwa kredibilitas dari lembaga zakat juga dapat diukur dari kemudahan yang diberikan atau kondisi yang memfasilitasi pembayaran zakat. Oleh karena itu lembaga zakat harus memastikan bahwa sistem mereka mudah digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat secara *online*, karena kemudahan akses merupakan faktor utama yang mempengaruhi niat untuk membayar zakat secara *online* (Alfadri et al., 2022). Terlebih di kalangan milenial dan gen Z yang sangat peduli dengan unsur kemudahan bertransaksi dan digitalisasi.

Salah satu fakta yang dapat menjadi bukti kecenderungan tersebut tercermin dari zakat digital yang diperoleh BAZNAS RI sebanyak sekitar 21,7% berasal dari generasi milenial, sementara pangsa zakat ritel milenial sebesar 12%. Artinya, secara keseluruhan zakat milenial dan gen Z baik digital dan ritel di BAZNAS memiliki kontribusi sebesar 33 persen terhadap pengumpulan Zakat (BAZNAS, 2023).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi generasi milenial dan gen Z untuk membayar zakat melalui lembaga zakat formal, dengan menggunakan kerangka teori '*The theory of Planned Behavior*'. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat pendidikan responden dan kredibilitas dari lembaga zakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk membayar zakat generasi milenial dan gen Z di lembaga zakat formal. Namun faktor

pendapatan, persepsi religiusitas, persepsi literasi, dan persepsi pengaruh sosial ditemukan tidak signifikan dalam penelitian ini.

Temuan-temuan di atas mempunyai sejumlah implikasi terhadap manajemen dan kebijakan. Pertama, tingkat pendidikan akan mempengaruhi pengetahuan dan keyakinan generasi milenial serta gen Z tentang manfaat dari menyalurkan zakat melalui suatu lembaga zakat formal serta dampak sosial yang ditimbulkannya. Dalam konteks ini, pemangku kepentingan khususnya pemerintah harus terus meningkatkan kuantitas dan kualitas lembaga pendidikan di Indonesia. Selain itu, BAZNAS dan para pengelola lembaga zakat harus terus menjalankan berbagai program dan inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang zakat serta menyusun strategi promosi pembayaran zakat melalui lembaga zakat..

Kedua, dari segi kredibilitas yang tercermin pada akuntabilitas dan transparansi, pengelola lembaga zakat harus memastikan bahwa mereka mempunyai kapasitas untuk mengelola lembaga secara profesional dan memiliki standar operasional prosedur khususnya mengenai prosedur penerimaan zakat, dan berkomitmen untuk melaksanakannya dengan amanah. Kredibilitas tersebut juga harus dibuktikan dengan laporan keuangan sesuai ketentuan yang berlaku. Dalam hal ini, BAZNAS harus dapat merumuskan peraturan yang jelas sebagai panduan lembaga zakat dalam mengelola zakat secara profesional dan kredibel.

Ketiga, masih terkait kredibilitas, mengingat karakteristik 'tech savvy' generasi milenial dan generasi Z, serta perkembangan digitalisasi, maka lembaga zakat harus memiliki metode pengelolaan zakat yang modern dan menerapkan digitalisasi (platform *online*) sehingga proses pembayaran dan penyampaian informasi penyaluran zakat dapat dengan mudah dan cepat diakses oleh muzaki. Digitalisasi pengelolaan zakat juga akan mendukung akuntabilitas dan transparansi yang selanjutnya akan meningkatkan kepercayaan generasi milenial dan gen Z. Keempat, pemangku kepentingan juga harus memperhatikan kualitas SDM yang terlibat dalam pengelolaan zakat di lembaga zakat, baik dari segi integritas, pengetahuan, dan keterampilan teknis, terutama dalam hal digitalisasi.

Terakhir, kami menyadari bahwa penelitian ini masih dapat dikembangkan, di antaranya adalah dengan menambah jumlah sampel dan memperluas cakupan wilayah ke kota-kota lain di luar Jabodetabek, serta mengikutsertakan muzaki yang belum pernah membayar zakat melalui lembaga zakat formal. Selain itu, penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang relevan. Variabel lain tersebut diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih komprehensif mengenai faktor penentu muzaki dalam pembayaran zakat melalui lembaga zakat formal.

## DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*. Academic Press, Inc.

<https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>

Alfadri, F., Yarham, M., & Siregar, A. (2022). Determinants Of Interest To Pay Zakat Through Sharia Mobile Banking. *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/jifitech.v1i1.5026>

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. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i0.1313>

Antonio, M. S., Laela, S. F., & Al Ghifari, D. M. (2020). Optimizing Zakat Collection in the Digital Era: Muzakki's perception. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 235–254. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i2.16597>

Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. In *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.

Bank Indonesia. (2016). *Pengelolaan Zakat Yang Efektif Konsep Dan Praktik Di Beberapa Negara*. Jakarta: Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah-Bank Indonseia.

BAZNAS. (2023). *Siaran Pers Baznas Ri*.

Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2021). Does trust in zakat institution enhance entrepreneurs' zakat compliance? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 768–790. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2020-0282>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed., Vol. 8th). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

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

Hapsari, H. P. N., & Priyadi, U. (2020). The Determinant Factors of Muzakki Toward Paying Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) in Zakat Institutions. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v3i2.2564>

Huda, N., & Mohamad, H. (2018). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Vol. 4th).

Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar Nur Kholis, N., & Aprilliani Utami, S. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. Ismal & A. Sakti (eds.); 1st ed.). Bank Indonesia.

Kasri, R. A., & Sosiанти, 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>

Ma'fiyah, M., Yughi, S. A., & Awaludin, T. (2018). Preferensi Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat di Lembaga Zakat Formal. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 3(2), 41. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v3i2.535>

Mohd Nor, S., Abdul-Majid, M., & Esrati, S. N. (2021). The role of blockchain technology in enhancing Islamic social finance: the case of Zakah management in Malaysia. *Foresight*, 23(5), 509–527. <https://doi.org/10.1108/FS-06-2020-0058>

Muri Yusuf. (2017). *Kuantitatif Penelitian Gabungan Penelitian Gabungan* (4th ed.).

Muthohar, A. M. (2019). Analysis of Influence of Intrinsic Aspect, Demography Aspect and Service of Zakat Institution toward Zakat Payment to Zakat Institution. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 25–50. <https://doi.org/10.18326/infl3.v13i1.25-50>

Nachrowi, N., & Usman, H. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonometri* (Revisi). PT Rajagrafindo Persada.

Nisson, C., & Earl, A. (2020). The Theories of Reasoned Action and Planned Behavior. In *The Wiley Encyclopedia of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1002/9781119057840.ch129>

Pertiwi, I. suri mahardika, & Ruslan Abdul Ghofur. (2020). Optimalisasi Potensi Zakat: Faktor Yang Mempengaruhi Muzzaki Membayar Zakat Di Baznas Lampung Tengah. *Jurnal Niara*, 13(2), 1–10. <https://doi.org/10.31849/niara.v13i2.4311>

Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>

Sahban, A. A., & Johari, F. (2021). Intention to Patronise Zakat Institution at Kwara State, Nigeria: An Application of the Decompose Theory of Planned Behaviour. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.22219/jes.v6i1.15234>

Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>

The Royal Islamic Strategic Studies Centre. (2023). *The World's 500 Most Influential Muslims*.

Utami, A. R., . H., & Yuliati, 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>

Wahyuni-TD, I. S., Haron, H., & Fernando, Y. (2021). The effects of good governance and fraud prevention on performance of the zakat institutions in Indonesia: a Shari'ah forensic accounting perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 14(4), 692–712.  
<https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2019-0089>

Yuswohady, & Suryati Veronika. (2016, January 17). *Millennial Trends 2016 - yuswohady.com*. <https://www.yuswohady.com>.  
<https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>

Zainal, V. R., & Hidayat, R. (2021). *Ekonomi Makro Islam* (1st ed.). UPP STIM YKPN, Yogyakarta.