

Faktor Penentu Minat Muzakki Membayarkan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Mohammad Alfian¹, Hesti Widiyanti², Arifany Ferida³

^{1), 3)} Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik, Politeknik Harapan Bersama

²⁾ Program Studi D3 Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Abstract: Indonesia is the country with the largest Islamic religion in the world. Muslims have a duty to pay the zakat. As a country with the largest Islamic religion in the world, it indirectly has the potential for the management of zakat. Good zakat management can be used as a medium in reducing the distance between the able and underprivileged. Good zakat management can be done by amil zakat institutions. In fact, the distribution of zakat is still not optimal because there are still many muzakki who distribute zakat independently so it is not maximal. In this study conducted a test on the determining factors of interest muzakki pay zakat to institutions amil zakat with trust as a variable mediation. This study used PLS as its analysis method and used SmartPLS 3 as a statistical test tool. It was obtained that the zakat pick-up service negatively affects the interest of muzakki in paying zakat to the institution of amil zakat and has no effect on the trust of muzakki so that the trust does not succeed in becoming a mediation variable. The acceptance service directly positively affects the interest of muzakki in paying zakat to the institution of amil zakat and affects the trust of muzakki, so that the trust manages to be a mediation variable from the influence of the admission service directly to the interest of muzakki in paying zakat.

Keywords: zakat, muzakki, amil zakat institutions, interest in paying zakat

Abstrak: Indonesia merupakan negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Pemeluk agama Islam memiliki kewajiban dalam membayarkan zakat. Sebagai negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia maka secara tidak langsung memiliki potensi penegelolaan zakat. Pengelolaan zakat yang baik dapat digunakan sebagai media dalam memperkecil jarak antara masyarakat yang mampu dan kurang mampu. Pengelolaan zakat yang baik dapat dilakukan oleh lembaga amil zakat. Pada kenyataannya, penyaluran zakat masih kurang optimal karena masih banyak muzakki yang menyalurkan zakatnya secara mandiri sehingga tidak maksimal. Pada penelitian ini melakukan uji terhadap faktor penentu minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan PLS sebagai metode analisisnya dan menggunakan SmartPLS 3 sebagai alat uji statistik. Didapatkan bahwa layanan jemput zakat berpengaruh negatif terhadap minat muzakki dalam membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat dan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan dari muzakki sehingga kepercayaan tidak berhasil menjadi variabel mediasi. Layanan penerimaan secara langsung berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat dan berpengaruh terhadap kepercayaan dari muzakki, sehingga kepercayaan berhasil menjadi variabel mediasi dari pengaruh layanan penerimaan secara langsung terhadap minat muzakki dalam membayarkan zakatnya.

Kata kunci: zakat, muzakki, lembaga amil zakat, minat membayarkan zakat

¹ Corresponding author's email: m.alfian.poltektegal.ac.id

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi penghimpunan zakat yang besar pula. BASNAZ (2019) menginformasikan bahwa perolehan zakat pada tahun 2019 sebesar Rp 296.234.308.349 dan di 2020 meningkat menjadi Rp 385.500.000.000. Potensi yang besar tersebut disebabkan karena umat Islam memiliki kewajiban untuk membayar zakat yang disebutkan pada rukun Islam. Asmuni (2017) menyatakan bahwa zakat merupakan rukun Islam ke 3, yang makan zakat dapat dijadikan sebagai jalan dalam membentuk keseimbangan yang mana menghimpun zakat dari yang mampu dan di distribusikan kepada pihak yang kurang mampu. Pendistribusian zakat dari yang mampu kepada yang tidak mampu diharapkan tidak terjadinya ketimpangan ekonomi yang jauh antara pihak yang mampu dengan pihak yang kurang mampu. *“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoaalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”*(QS at-Taubah; 103). Berdasarkan ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa zakat itu diambil (dijemput) dari orang-orang yang berkewajiban berzakat (*muzakki*) untuk kemudian diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (*mustahik*) seanjutnya, Petugas yang mengambil dan menjemput adalah para amil zakat.

Ridwan (2019) menyatakan bahwa amil merupakan pihak yang ditugaskan (diutus oleh imam/pemerintah) untuk mengambil, menuliskan, menghitung, dan mencatat zakat yang diambil dari para *muzakki* untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya. Penyaluran Zakat melalui lembaga amil zakat masih belum maksimal dikarenakan masih banyak masyarakat

yang menyalurkan zakatnya sendiri. Setiawan dan Setyawan (2017) menyatakan bahwa terdapat jarak yang cukup lebar antara potensi penerimaan zakat yang dapat diterima oleh lembaga penghimpun zakat. Pemerintah melakukan upaya agar pengelolaan zakat dapat berjalan maksimal. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menyatakan bahwa pengelola atau kolektor zakat yang diakui keabsahan keberadaannya terdiri dari dua macam, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk atas prakarsa masyarakat. Undang-undang tersebut merupakan pijakan yang digunakan oleh pengelola Zakat. Setiawan dan Setyawan (2017) menyatakan bahwa pembayaran zakat melalui lembaga amil merupakan salah satu jalan yang dapat dipilih oleh *muzzaki* dalam menyalurkan zakatnya selain menyalurkan langsung kepada *Mustahiq*. Terjadi polemik dalam penyaluran zakat yang terjadi pada masyarakat. Terkadang muncul rasa tidak percaya dari *muzakki* terhadap lembaga amil zakat dalam menyalurkan zakat yang mereka himpun, dan ketika *muzakki* akan menyalurkan sendiri zakatnya maka akan muncul permasalahan kepada siapa zakat tersebut disalurkan dan terkadang ketika zakat telah disalurkan zakat tersebut tidak tepat sasaran. Yazid (2017) menyatakan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan *muzakki* menyalurkan zakat nya melalui lembaga amil zakat yaitu kepercayaannya terhadap lembaga tersebut, ketika *muzakki* tidak percaya pada suatu lembaga penghimpun zakat maka *muzakki* akan menyalurkan zakat tersebut langsung ke pihak yang dianggap membutuhkan. Yu et. al (2016) menyatakan bahwa kepercayaan mampu mengubah persepsi, perilaku serta niat dari seseorang dalam mengadopsi suatu metode.

Herman (2015) menyatakan bahwa layanan jemput zakat merupakan metode yang dilakukan oleh lembaga amil zakat

Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi dalam mengumpulkan zakat yang cukup baik dari pendistribusian zakat yang dibayarkan oleh muzaki dengan tepat sasaran sehingga tidak terjadi jurag mendelegasikan petugas dari lembaga tersebut. yang pembeda tingkat perekonomian yang ada pada Mudhofaroh (2015) menyatakan bahwa layanan masyarakat. Ketepatan penyaluran zakat dapat jemput zakat memiliki pengaruh terhadap minat dioptimalkan dengan penyaluran zakat melalui muzaki dalam membayarkan zakatnya, yang lembaga amal zakat, namun pengelolaan zakat mana hal tersebut dengan jemput zakat minat yang dilakukan oleh lembaga amal zakat belum membayar zakat timbul karena adanya rasa maksimal dalam menghimpun zakat dari percaya akan penyaluran zakat tersebut. Rianji *muzakki*, hal tersebut dapat dilihat dari masih menyatakan bahwa layanan jemput zakat banyak nya *muzakki* yang memberikan langsung mempengaruhi loyalitas *muzakki* terhadap kepada pihak yang dianggap berhak menerima lembaga amal zakat. Santoso (2018) menyatakan zakat. Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa dengan layanan jemput zakat dan didapatkan bahwa layanan jemput zakat dapat meningkatkan minat dari *muzakki* dalam setor tunai mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayarkan zakat pada lembaga amal zakat menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat dengan timbulnya kepercayaan sebagai bagian yang menentukan *muzakki* dalam menyetorkan zakatnya. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh dari layanan jemput zakat dan setor tunai terhadap minat muzakki dalam menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat dengan melihat pengaruh kepercayaan sebagai variabel mediasi. Sehingga judul dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini yaitu **“Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”**.

Kajian Literatur

Kata Zakat berasal dari bahasa arab yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik dan bertambah. Sedangkan secara etimologis di dalam fiqih, zakat adalah sebutan atau nama bagi sejumlah, harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT supaya diserahkan kepada orang-orang yang berhak (*mustahiq*) oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (*muzakki*) (Khasanah; 2010). Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 pasal 1 ayat 2 menyatakan bahwa zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan seorang muslim atau badan usaha yang diberikan kepada yang berhak sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian pustaka yang telah dipaparkan diatas maka dapat ditemukan bahwa terdapat manfaat

Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pratiwi (2021) menyatakan bahwa pihak yang berhak menerima zakat yaitu Amil Zakat, Budak musli, Orang muslim yang memiliki banyak hutang, kegiatan yang berguna bagi kemaslahatan umat, dan orang yang berkemampuan namun kehabisan bekal dalam perjalanannya. UU No 23 tahun 2011 pasal 1 ayat 2 menyatakan bahwa lembaga amil zakat merupakan lembaga bentukan masyarakat yang memiliki tugas untuk membantu mengumpulkan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

Susilowati (2010) menyatakan bahwa minat merupakan suatu perangkat mental yang dapat mengarahkan suatu individu pada salah satu pilihan tertentu. Ahsan (2012) menyatakan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang menguntungkan dan dalam keadaan bebas memilih. Berdasarkan pengertian dari peneliti terdahulu dapat disimpulkan bahwa minat merupakan dorongan pada individu untuk melakukan hal tertentu yang dipengaruhi oleh stimulus dari luar individu yang dilakukan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Dirks dan Ferrin (2001) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan konsep multidimensional yang meliputi berbagai macam dimensi seperti ekonomi, sosial dan perilaku. Yu et al (2016); Smith (2010); Kuriyan et al (2010) menyatakan bahwa kepercayaan dapat mengubah persepsi, perilaku serta niat untuk mengadopsi suatu teknologi atau suatu mode. Lin et al (2011) menyatakan bahwa suatu transaksi, kepercayaan memainkan peran penting karena memiliki berbagai manfaat dan resiko. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu didapatkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam mengarahkan minat dan arah dari individu dalam memilih atau menentukan arah yang dipilih.

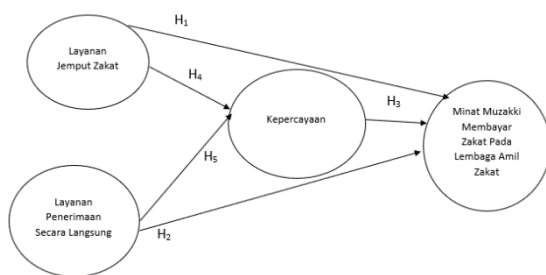
Herman (2017) mengemukakan bahwa layanan jemput zakat yang dilakukan lembaga amil zakat merupakan suatu metode yang ditujukan untuk mengumpulkan zakat yang dibayarkan oleh *muzakki* yang mana memungkinkan delegasi dari lembaga amil zakat melakukan komunikasi dengan *muzakki* sehingga terbentuk rasa kepercayaan dari *muzakki* terhadap lembaga amil zakat untuk mengelola zakatnya. Mudhofaroh (2015) mengemukakan bahwa sistem layanan jemput zakat mempengaruhi minat dari *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya karena terjadi interaksi yang menimbulkan rasa percaya terhadap lembaga amil zakat. Santoso (2018) menyatakan bahwa layanan jemput zakat efektif dalam mempengaruhi minat *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya pada lembaga amil zakat. Riaji (2019) mengemukakan bahwa layanan jemput zakat berpengaruh terhadap mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat.

Modhofaroh (2015) mengemukakan bahwa layanan dasar yang disediakan oleh lembaga amil zakat dalam menerima zakat dari *muzakki* adalah dengan layanan tetor tunai yang mana *muzakki* menyetorkan secara mandiri zakatnya kepada lembaga amil zakat. Yusnar (2017) menyatakan bahwa dengan penerimaan zakat secara langsung maka *muzakki* memiliki keyakinan yang memadai mengenai penyaluran zakatnya pada lembaga amil zakat sehingga meningkatkan minatnya dalam menyalurkan zakat pada lembaga amil zakat. Rianji (2019) mengemukakan bahwa dengan penerimaan zakat secara langsung dapat meningkatkan minat dari *muzakki* dalam menyetorkan zakatnya pada lembaga amil zakat. Suryaningsih (2018) mengemukakan bahwa penerimaan zakat secara langsung memudahkan *muzakki* dalam membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat sehingga dapat meningkatkan minat untuk membayarkan zakat pada lembaga amil zakat.

Berdasarkan tinjauan pustakan dan penelitian terdahulu maka hipotesis pada

Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi penelitian ini sebagai berikut :

- H₁: Layanan jemput zakat mempengaruhi minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat
- H₂: Layanan jemput zakat mempengaruhi minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat dimediasi oleh kepercayaan.
- H₃: Kepercayaan mempengaruhi minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat
- H₄: Layanan penerimaan secara langsung mempengaruhi minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat
- H₅: Layanan penerimaan secara langsung mempengaruhi minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat dimediasi oleh kepercayaan.



Gambar 1
Model Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu muzakki yang menyalurkan zakatnya pada lembaga amil zakat yang ada di Kota Tegal. Metode pemilihan sample pada penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik metode survei yaitu metode pengumpulan dan analisis data yang berupa opini dari subyek yang diteliti (responden) melalui tanya-jawab (Hartono, 2013).

Latan dan Ghozali (2012) menyatakan bahwa analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Analisis data

Zakat Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Latan dan Ghozali (2012) menyatakan bahwa PLS dapat digunakan mengukur hubungan setiap indikator dengan konstruksinya, selain itu dalam PLS dapat dilakukan uji *bootstrapping* terhadap struktural model yang bersifat *outer model* dan *inner model*.

Latan dan Ghozali (2012) menyatakan bahwa langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan uji statistik dengan menggunakan PLS yaitu : Merancang model pengukuran (*Outer Model*), Merancang Model Struktural (*Inner Model*), membuat fit model, dan Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*).

Kesimpulan

Berdasarkan uji statistik yang dilakukan pada *sample* yang digunakan pada penelitian ini didapatkan bahwa seluruh indikator lolos validitas dan reliabilitas terhadap variabelnya. Nilai dari *Rsquare* dari Kepercayaan sebesar 0,561, yang mana nilai tersebut memberikan informasi bahwa kepercayaan dipengaruhi oleh variabel layanan jemput zakat dan layanan penerimaan secara langsung sebesar 56,1% dan 43,9% variabel lain. Selanjutnya minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat memiliki Nilai dari *Rsquare* sebesar 97,8%, yang mana berarti nilai tersebut sangat baik yang mana menginformasikan bahwa 97,8 % variabel minat muzakki membayarkan zakat pada lembaga amil zakat sebesar 97,8 % dan variabel lain yang mempengaruhinya hanya 2,2% saja. Uji hipotesis yang dilakukan didapatkan bahwa Kepercayaan dari Muzakki untuk membayar zakatnya pada lembaga amil zakat mempengaruhi minatnya dalam membayarkan zakat pada lembaga amil zakat, hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Tstatistics* sebesar 33,060 dan *Pvalue* sebesar 0,000. Layanan jemput Zakat mempengaruhi minat membayar zakat dari muzakki pada lembaga amil zakat secara langsung dan kepercayaan

Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi tidak berhasil memediasi pengaruh tersebut, hal ini dapat terlihat nilai *Tstatistics* sebesar 3,457 dan *Pvalue* sebesar 0,001 secara langsung sedangkan pengaruh Layanan jemput Zakat terhadap kepercayaan *Tstatistics* sebesar 1,418 dan *Pvalue* sebesar 0,157.

Pengaruh Layanan jemput Zakat terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada lembaga amal zakat bernilai negatif dan tidak berpengaruh, hal tersebut mengindikasikan bahwa delegasi yang dikirimkan oleh lembaga amal zakat dalam menghimpun zakat dari muzakki tidak memberikan kepercayaan, sehingga ketika semakin banyak delegasi yang diterjunkan oleh lembaga amal zakat untuk menghimpun zakat maka dapat menyebabkan penurunan minat dari muzakki dalam menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat karena tidak terbentunya kepercayaan. Layanan penerimaan secara langsung berhasil mempengaruhi kepercayaan dari muzakki dan Minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat selanjutnya kepercayaan berhasil memediasi tidak secara penuh pengaruh dari Layanan penerimaan secara langsung terhadap Minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat. Bukti pengaruh dari Layanan penerimaan secara langsung terhadap Minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya secara langsung dapat dilihat dari nilai *Tstatistics* sebesar 17,159 dan *Pvalue* sebesar 0,000, sedangkan pengaruhnya terhadap kepercayaan sebesar nilai *Tstatistics* sebesar 6,987 dan *Pvalue* sebesar 0,000.

Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Layanan jemput zakat tidak dapat mempengaruhi kepercayaan dari muzakki yang mengakibatkan pengaruhnya terhadap minat menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat berpengaruh negatif, maka alangkah baiknya delegasi dari lembaga amal zakat yang

ditugaskan dalam menjemput zakat sebaiknya dibekali kemampuan agar dapat meningkatkan kepercayaan dari muzakki, sehingga dapat meningkatkan minat menyalurkan zakat pada lembaga amal zakat.

Layanan penerimaan secara langsung secara langsung mempengaruhi kepercayaan dari muzakki dan secara langsung pula mempengaruhi minat dari muzakki untuk menyalurkan zakatnya pada lembaga amal zakat. Kepercayaan berhasil memediasi pengaruh dari Layanan penerimaan secara langsung terhadap minat muzakki mendistribusikan zakatnya pada lembaga amal zakat, dengan begitu diharapkan kualitas Layanan penerimaan secara langsung pada lembaga amal zakat dapat ditingkatkan sehingga dapat memberikan dampak yang maksimal terhadap minat menyalurkan zakatnya dari muzakki dan kepercayaan muzakki.

Daftar Pustaka

- Ahsan, Z. 2012. *Hubungan Minat Fotografi dengan Motivasi Bekerja*. Malang: e-theses UIN Malang. Cetakan 1.
- Asmuni Mth. 2007. *Zakat Profesi dan Upaya Menuju Kesejahteraan Sosial*. Yogyakarta: La Riba. Cetakan ke 1.
- Badan Amil Zakat Nasional. 2019. "Penghimpunan BASNAZ". https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Masa_Pandemi_2020,_Penghimpunan_BAZNAS_Naik_30_Persen/689, diakses 6 Juni 2021
- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. 2018. Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*.
- Erliana, N., & Suryaningsih, S. A. 2018. Pengaruh persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki di lembaga amal zakat yatim mandiri cabang jombang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 1(2).

- Faktor Penentu Minat Muzzaki Membayarkan Zakat Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi
- Herman. 2015. "Mudahkan Berzakat, Dompot Dhuafa Beri Layanan Jemput Zakat", <https://www.beritasatu.com/megapolitan/284799/muda44%20hkan-berzakat-dompot-dhuafa-beri-layanan-jemputzakat>, diakses 26 April 2021.
- Khasanah, Umrotul. 2010. *Manajemen Zakat Modern*. Malang: UIN-Maliki. Hal 2.
- Kuriyan, R., Kitner, K., & Watkins, J. 2010. ICTs, development and trust: an overview. *Information Technology & People*.
- Lin, J., Lu, Y., Wang, B., & Wei, K. K. 2011. The role of inter-channel trust transfer in establishing mobile commerce trust. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(6), 615-625.
- Mudhofiroh, Atika. 2015. *Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkata Jumlah Donatur pada LAZIS Jateng*. Tulungagung: IAIN-Tulungagung. Vol 168.
- Pratiwi, Esti Intan. 2021. "Zakat Fitrah Syarat Pemberi dan Penerima Zakat", <https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/29/120000%20865/zakat-fitrah--syarat-pemberi-dan-penerima-zakat-%20?page=all>, diakses 29 April 2021.
- QS. At-Taubah/9:103
- Riaji, Anjelina. 2019. *Pengaruh Sistem Layanan Jemput Zakat, Transfer Rekening dan Setor Tunai terhadap Loyalitas Donatur pada* . Tegall. Cetakan 1
- Ridwan, Muhammad. 2019. *Pengelolaan Zakat dalm Pemberdayaan Masyarakat di Kota Cirebon*. Cirebon: IAI BBC. Vol 1 no 4.
- Santoso, S. O. 2018. *PENGARUH SISTEM LAYANAN JEMPUT ZAKAT DAN TRANSFER REKENING TERHADAP KEPUASAN DONATUR LEMBAGA AMIL ZAKAT MUHAMMADIYAH (LAZISMU) KOTA PASURUAN* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Setiawan, F., & Setyawan, A. A. 2017. *Pengaruh religiusitas, kepercayaan dan reputasi terhadap minat Muzakki dalam membayar Zakat profesi (Studi kasus di Kabupaten Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Smith, M. L. 2010. Building institutional trust through e-government trustworthiness cues. *Information Technology & People*.
- Susilowati, Rahma. 2010. *Minat Mengikuti Ekstrakurikuler*. Semarang: USM. Hal 20.
- Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 pasal 1 ayat 2. *Pengelolaan Zakat*. Jakarta: CV Ciptamedia Indonesia (2012). Hal 2.
- Yazid, A. A. 2017. Faktor-Faktor yang mempenagruhi minat muzakki dalam menunaikan zakat di nurul hayat cabang Jember. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 8(2), 173-198.
- Yusnar, M. 2017. *Pengaruh pemanfaatan dana zakat produktif terhadap tingkat pendapatan mustahik pada baznas provinsi Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).