



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEGAWAI FEB UIN SYARIF HIDAYATULLAH, JAKARTA DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI

Nurul Ichsan¹, Indra Nur Rahmat²,

^{1,2}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia

Email Korespondensi: nurulichsan@uinjkt.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the decisions of employees at the Faculty of Economics and Business in carrying out professional zakat, including religiosity, altruism, motivation, knowledge and fintech. The data used in this study were primary data obtained from questionnaires and interviews. The method used is partial least squares (PLS). The population of this study were all employees of the Faculty of Economics at UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, totaling 183 respondents, and the sample was 72 respondents. The results of this study indicate that the variables of religiosity, altruism, motivation, knowledge and fintech have a significant effect on employee tithe decisions. Adjusted R-square value of 0.894%. This means that the variables of religiosity, altruism, motivation, knowledge and fintech affect the decision to give professional zakat by 89%, while the remaining 11% is influenced by other variables outside the model examined. This research can be used as a reference in comparing the same research objects, especially regarding the analysis of factors that influence the decision to pay zakat, and as a reference to better understand people's behavior in their decision to pay zakat so that it can improve the performance of zakat institutions in collecting funds.

Keywords: Zakat, Religiosity, Altruism, Motivation, Knowledge, Fintech, decision to pay, PLS.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam melaksanakan zakat profesi antara lain *religiusitas, altruisme, motivasi, pengetahuan dan fintech*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer yang didapat dari kuesioner dan wawancara. Metode yang digunakan yaitu *partial least square* (PLS). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pegawai fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebanyak 183 responden, dan sampel yakni 72 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *religiusitas, altruisme, motivasi, pengetahuan dan fintech* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat



pegawai. Nilai R-square Adjusted sebesar 0,894%. Artinya bahwa variabel *religiusitas*, *altruisme*, motivasi, pengetahuan dan *fintech* mempengaruhi keputusan dalam berzakat Profesi sebesar 89%, sedangkan 11% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang di teliti. Penelitian ini dapat sebagai referensi dalam perbandingan objek penelitian yang sama khususnya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membayar *zakat*, dan sebagai acuan untuk lebih memahami perilaku masyarakat dalam keputusannya membayar *zakat* sehingga bisa meningkatkan kinerja lembaga *zakat* dalam mengumpulkan dana.

Kata Kunci: *Zakat*, *Religiusitas*, *Altruisme*, Motivasi, Pengetahuan, *Fintech*, keputusan membayar, PLS.

Pendahuluan

Zakat merupakan rukun Islam ketiga setelah syahadat dan *shalat*, serta merupakan salah satu ibadah yang punya tingkat importansi tinggi dalam Islam sehingga Allah SWT dalam *Al Qur'an* menyebut kata *zakat* sampai 30 kali dan 27 diantaranya disebut dalam satu konteks dengan *shalat* (Wasilah dan Nurhayati, 2009). Konsep *zakat* sebagaimana yang dikatakan Beik (2010), pada dasarnya memiliki tiga dimensi pokok, yaitu dimensi spiritual personal, dimensi sosial, dan dimensi ekonomi. *Zakat* merupakan sarana ibadah dan penyucian jiwa seseorang. Dengan berzakat *religiusitas* individual akan meningkat, karena *zakat* mendorong seseorang untuk memiliki etos kerja yang tinggi. Dalam dimensi ekonomi. Beik menjelaskan bahwa *zakat* memiliki dua konsep utama, yaitu pertumbuhan ekonomi berkeadilan dan mekanisme *sharing* dalam perekonomian.

Jika dikaji lebih mendalam, ketiga dimensi di atas memiliki hubungan positif dengan parameter pembangunan manusia yang terdiri atas kesehatan, pendidikan, dan standar hidup layak. Berdasarkan riset yang dilakukan Badan *Amil Zakat Nasional* (BAZNAS) dengan Fakultas Ekonomi dan Manajemen (FEM) Institut Pertanian Bogor dan *Islamic Development Bank* pada tahun 2011, potensi *zakat* nasional mencapai angka Rp 217 Triliun per tahun atau setara dengan 3,40 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB). Namun realisasi perolehan *zakat* masih dibawah satu persen dari proyeksi, BAZNAS (2013) mencatat untuk tahun 2012, dana *zakat* yang berhasil dihimpun mencapai Rp 2,2 triliun, mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar Rp 1,7 triliun dan tahun 2010 sebesar Rp 1,5 triliun. Berdasarkan hasil kajian, potensi *zakat*



skala nasional untuk BAZNAS RI terbaru mencapai Rp.26 triliun dan pendapatannya mencapai sekitar Rp 20 triliun.

Peningkatan yang cukup signifikan ternyata tidak serta merta bisa memenuhi keseluruhan potensi dana *zakat* yang ada. Hal tersebut tentu dikarenakan banyaknya faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat muslim di Indonesia untuk membayar *zakat* sehingga potensi yang dimiliki tidak berjalan dengan maksimal. Menurut Bambang Sudibyo, minimnya potensi *zakat* di Indonesia disebabkan oleh kesadaran masyarakat mengenai *zakat*. Yakni, pemahaman dan kesadaran umat Islam tentang *zakat* harta yang perlu ditingkatkan. Kemudian, masih banyak Muslim yang sudah menunaikan *zakat*nya dengan cara dibagikan secara langsung kepada mustahiq tanpa perantara Lembaga *Amil zakat* resmi. Terakhir, Bambang Sudibyo menambahkan bahwa beberapa umat Islam masih tidak memahami *zakat* mal dan profesi, dimana mereka hanya menunaikan *zakat* fitrah menjelang lebaran.

Kenyataan membuktikan bahwa pada saat ini banyak pekerja profesi yang dapat menghasilkan uang cukup besar dan dilakukan dengan cara yang mudah dalam waktu yang relatif singkat. Jika permasalahan ini dikaitkan dengan pelaksanaan *zakat* yang sudah berjalan di masyarakat, maka terlihat adanya kesenjangan atau ketidakadilan antara petani yang banyak mencurahkan tenaga tetapi memiliki penghasilan kecil dengan para pekerja profesional yang dalam waktu cepat dapat memperoleh hasil yang cukup besar. Tak heran jika kemudian *zakat* profesi menjadi kajian yang menarik bagi para ulama dan pakar saat ini (Mufraini, 2012).

Penelitian Astri Yuningsih, Abdillah, dan Mulia Nasution (2015) diperoleh hasil semua variabel pengetahuan *zakat* dan kredibilitas lembaga pengelola *zakat* secara bersama-sama (simultan) mampu mempengaruhi variabel terikat keputusan masyarakat membayar *zakat* profesi dilembaga pengelola *zakat* secara signifikan. Faktor motivasi juga dapat meningkatkan keputusan pegawai dalam membayar *zakat* profesi. Faktor dari dalam individu erat kaitannya dengan kemampuan diri untuk menerima sesuatu hal, baik itu yang berasal dari internal maupun eksternal dan mengaplikasikan hal tersebut menjadi sesuatu yang nyata, sehingga faktor individu merupakan dasar timbulnya minat seseorang disamping motif sosial dan dorongan emosional (Eka, 2016).

Motif merupakan suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan-alasan atau dorongan- dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu, motif sosial adalah motif yang dipelajari melalui kontak dengan orang lain dan lingkungan individu seseorang tersebut memegang peranan yang penting, sehingga timbulnya



minat akibat faktor motif sosial berkaitan dengan tujuan yang itu dapat berupa prestasi, afiliasi maupun kekuasaan, motif sosial akan berjalan karena reaksi yang timbul dari dalam diri yang disebabkan lingkungan sosial, seseorang akan menunjukkan motif sosial, jika membuat pilihan memperhitungkan akibat bagi orang lain ataupun reaksi orang lain (Hamka, 2013).

Penelitian Aulia (2018) tentang *The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems* menjelaskan bahwa penggunaan teknologi ini mampu memberi kemudahan dan kesenangan kepada pembayar *zakat* untuk menjalankan tanggungjawab mereka. Penelitian ini mengatakan bahwa penentu utama niat dalam menggunakan teknologi adalah bergantung kepada keyakinan seseorang tentang kepercayaan mereka sendiri untuk menggunakan teknologi serta penilaian subjektif mereka mengenai kegunaan teknologi itu. Nur Barizah (2010) dalam penelitiannya menyebutkan faktor dominan yang mempengaruhi muzakki membayar *zakat* profesi yaitu sosial, *religius* dan keagamaan. Riset tersebut merekomendasikan masih sangat diperlukannya pendidikan tentang *zakat* karena masih banyak masyarakat yang belum memahami *zakat* profesi.

Pengaktualisasian dana *zakat* harus diiringi dengan kesadaran yang dimiliki oleh masyarakat mengenai *zakat*. Kesadaran masyarakat mengenai *zakat* dapat nominal penghimpunan dana *zakat* di Dunia dan khususnya di Indonesia. Salah satu penyebab belum optimalnya pelaksanaan dan pengelolaan *zakat* di Indonesia adalah karena masih rendahnya kesadaran masyarakat dalam membayar *zakat* profesi, yang juga dipengaruhi oleh rendahnya pengetahuan tentang *zakat* profesi, motivasi dalam membantu sesama, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, profesionalitas sebagai seorang yang berprofesi dan manajemen dari lembaga pengelola *zakat*. Adapun latar belakang penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi lebih dalam permasalahan potensi *zakat* yang dapat digali lebih jauh lagi salah satunya adalah melalui sektor *zakat* profesi. Sehingga ketika *Amil* dan pemangku kebijakan terkait mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam keputusan muzakki dalam membayar *zakat* profesi, maka metode tersebut dapat di sosialisasikan dengan tepat sesuai dalam keputusan muzakki untuk memaksimalkan potensi penerimaan *zakat*.



Tinjauan Pustaka

1. *Zakat Profesi*

Semua penghasilan melalui kegiatan profesional apabila telah mencapai *nishab*, maka wajib dikeluarkan *zakatnya*. Hal ini berdasarkan *nash-nash* yang bersifat umum, misalnya firman Allah dalam surat at taubah: 103 dan al baqarah: 267 serta adz dzariyaat: 19, Sayyid Quthb dalam tafsirnya *fi zhalalil Qur'an* ketika menafsirkan firman Allah dalam surah Al Baqarah ayat 267 menyatakan, bahwa *nash* ini mencakup seluruh hasil usaha manusia yang baik dan halal dan mencakup pula seluruh yang dikeluarkan Allah dari dalam dan atas bumi. Semua wajib dikeluarkan *zakatnya* dengan ketentuan dan kadar sebagaimana diterangkan dalam sunnah Rasulullah SAW, baik yang sudah diketahui secara langsung maupun yang di-*qiyas*-kan kepadanya. Al Qurthubi dalam *Tafsir al-Jaami'il Ahkaam Al-Qur'an* menyatakan bahwa yang dimaksud dengan *hakkun ma;lum* (hak yang pasti) pada Adz Dzariyaat: 19 adalah *zakat* yang diwajibkan, artinya semua harta yang dimiliki dan semua penghasilan yang didapatkan, jika telah memenuhi persyaratan kewajiban *zakat* maka harus dikeluarkan *zakat*-nya.

2. *Religiusitas*

Religiosity berasal dari bahasa latin "relegare" yang artinya mengikat. Menurut Harun Nasution (1985) agama memiliki arti ikatan-ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi oleh manusia. Agama merupakan sumber dalam kehidupan dalam bermasyarakat tercermin dalam sikap individu maupun masyarakat (Fam et al, 2004). Menurut Delener (1994) *religiusitas* adalah penghayatan dan pengamalan individu terhadap kepercayaan yang dianutnya dan merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen.

3. *Altruisme (Kepedulian Sosial)*

Altruisme adalah tindakan sukarela yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan apapun (David, 1991). Perilaku menolong altruis yaitu perilaku menolong yang ditujukan semata-mata untuk kebaikan orang yang ditolong (Taufik, 2012). *Altruisme* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002) diartikan sebagai sifat naluri yang lebih memperhatikan dan mengutamakan kepentingan orang lain. *Altruisme*



berdasarkan beberapa pengertiannya bisa disimpulkan sebagai sifat yang merefleksikan tindakan seseorang dalam memperhatikan serta mengutamakan kepentingan orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Hal ini yang menjadi dasar apakah seseorang menunaikan *zakat* berdasarkan sifat *altruisme* nya atau tidak.

4. **Motivasi**

Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Motivasi juga bisa didefinisikan sebagai kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengertian motivasi tersebut dapat diartikan bahwa motivasi bisa menjadi landasan seseorang untuk melakukan suatu aktifitas. Motivasi melandasi seseorang dalam memilih melakukan suatu kegiatan yang ingin dilakukan (Ferrinadewi, 2008: 13).

5. **Pengetahuan**

Pengetahuan merupakan hasil dari Tahu (*know*), dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Indikator dalam variabel pengetahuan adalah pemahaman muzakki dalam *zakat* profesi.

6. **Financial Technology**

Potensi untuk memanfaatkan internet dalam mendukung semua aspek kehidupan juga semakin besar. Ini adalah peluang bagi lembaga atau LSM untuk memanfaatkan teknologi informasi dan internet untuk mendukung strategi dan kebijakan mereka. Peluang pasar dalam menggunakan internet juga dapat memfasilitasi akses ke keuangan yang disebut Teknologi Finansial. Berdasarkan definisi Bank Indonesia berdasarkan peraturan 19/12 / PBI / 2017, Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan *religiusitas*, layanan, teknologi, dan / atau model bisnis baru dan dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan / atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Dian dan Kozin, 2018).

Teknologi Finansial atau *Fintech* mengacu pada perusahaan yang layanan keuangan bisnisnya sebagian besar didasarkan pada



platform teknologi untuk berinovasi *religiusitas* dan melakukan layanan keuangan lebih efisien (Truong, 2016). Kehadiran *Fintech* memudahkan orang untuk bertransaksi dan menjalankan kegiatan ekonomi mereka. Penggunaan *fintech* tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga dapat digunakan secara fleksibel oleh masyarakat. Pengumpulan *zakat* tradisional yang dilakukan oleh *Amil* termasuk mengunjungi muzakki dari sistem pintu ke pintu atau muzakki sendiri yang mengunjungi *Amil*. Masalah ditemukan ketika *Amil* mengalami kesulitan mengumpulkan *zakat* karena masalah teknis seperti jarak jauh untuk mengunjungi muzakki, *Amil* tidak punya cukup waktu, kesulitan transportasi, biaya mahal dan tidak efisien, dan sebagainya. Singkatnya, cara-cara tradisional untuk mengumpulkan *zakat* menyebabkan masalah bagi era sekarang. Padahal potensi *zakat* di Indonesia sangat besar.

Menurut Canggih (2017) realisasi pengumpulan *zakat* dibandingkan dengan potensi *zakat* hanya maksimal 0,09%. Perkembangan era digital telah menciptakan peluang untuk mengumpulkan *zakat* di Indonesia. Gaya hidup masyarakat dekat dengan teknologi yang mengharuskan lembaga *Amil zakat* perlu diubah untuk menyesuaikan layanan *zakat* yang mudah diakses oleh muzakki melalui teknologi informasi. Sekarang ada banyak platform *fintech* yang menyediakan layanan *zakat* termasuk *ZakatPay & muzaki.baznas.go.id* (Baznas), *zakat.or.id* (Dompot Dhuafa), *www.rumahzakat.org* (Rumah *Zakat*) *sedekahonline.com* (Daarul Quran), *Buka Lapak*, *Shopee*, *Matahari Mall*, dan *kitabisa.com*. Banyaknya layanan *zakat* melalui *fintech* ini mendorong muzakki untuk tertarik untuk selalu membayar *zakat* atau menyisihkan penghasilan untuk *zakat*.

Perkembangan *fintech* yang digunakan untuk pembayaran *zakat* dalam arti menimbulkan pro dan kontra. Di satu sisi, dengan hadirnya *fintech* berpotensi meningkatkan pengumpulan *zakat*. Selain itu, ancamannya adalah penipuan, kejahatan dunia maya dan banyak masalah lain yang terkait dengan teknologi informasi. Teknologi Keuangan atau *Fintech* menunjukkan perusahaan atau perwakilan perusahaan yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi inovatif dan modern (Dorfleitner, 2017). *Fintech* memiliki tujuan untuk menarik pelanggan dengan *religiusitas* dan layanan yang lebih ramah pengguna, efisien, transparan, dan otomatis daripada yang saat ini tersedia. Menurut Belli (2017) Sektor *Fintech* menyediakan teknologi dan perangkat lunak untuk memastikan



kelancaran operasi industri perbankan dan jasa keuangan. Teknologi ini dibuat oleh perusahaan baru dan perusahaan teknologi yang berusaha mengganggu operasi tradisional bank dan organisasi jasa keuangan Budi dan Krisnadi (2016) menyatakan bahwa *Fintech* dengan layanan keuangan seperti crowdfunding, pembayaran mobile, dan layanan transfer uang menyebabkan revolusi dalam bisnis startup.

7. Keputusan

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2000 : 491), berpendapat bahwa keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Menurut Fandy Tjiptono (2005:156), keputusan didasari pada informasi tentang keunggulan suatu yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan sebuah keputusan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Setiadi, (2003:341), mendefinisikan suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantaranya beberapa perilaku yang berbeda.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang dimana data yang digunakan dalam penelitian ini menganalisis pengaruh antara variabel *Religiusitas*, *Altruisme*, *Motivasi*, *Pengetahuan*, *Fintech* terhadap keputusan pegawai membayar *zakat* profesi. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* untuk menganalisis data yang diperoleh dan skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *likert*. Kemudian, data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner diolah dengan menggunakan program komputer yaitu *software IBM Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 2.0 dan *Microsoft Excel 2010* untuk kualitas data.

Ada 2 jenis variabel yang terlibat, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikatnya adalah Keputusan dan variabel bebasnya yaitu *Religiusitas*, *Altruisme*, *Motivasi*, *Pengetahuan* dan *Fintech*. Tempat penelitian adalah Fakultas Ekonomi dan bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pegawai fakultas



Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebanyak 183 responden, yang terdiri dari: pegawai administrasi 35 orang, dosen tetap 98 orang, dosen tidak tetap 50 orang. Penentuan sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 72 responden dengan metode *probability sampling*.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu seluruh pegawai fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini, yaitu dengan melakukan riset kepustakaan. Dimana peneliti melakukan studi kepustakaan, yang diperoleh dengan membaca buku-buku teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang diperoleh dari buku- buku referensi, artikel, jurnal dan data lain dari internet. Sementara data yang bersumber dari publikasi diperoleh dari dokumen yang diperoleh instansi yang terkait dengan obyek penelitian dan permasalahan yang diangkat.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil responden dengan jumlah 72 orang sesuai dengan rencana penelitian yang digunakan untuk melakukan pengujian data. Hasil penyebaran kuesioner diperoleh gambaran untuk karakteristik responden menurut usia, rata-rata responden paling banyak berada pada usia 30-40 tahun sebanyak 42 orang (58%), usia >40 tahun sebanyak 22 orang (31%) dan usia 21-29 tahun sebanyak 8 orang (11%). Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih banyak responden yang berusia 30-40 tahun. Selanjutnya dilihat dari jenis kelamin, rata-rata responden adalah laki-laki sebanyak 49 orang (68%), dan sisanya adalah perempuan sebesar 23 orang (32%). Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih banyak responden yang berjenis kelamin laki-laki.

Kemudian Identitas responden berdasarkan pendidikan dimana diperoleh pendidikan terakhir S1 sebanyak 5 orang (7%), Pendidikan terakhir S2 sebanyak 46 orang (64%), dan responden yang menyelesaikan pendidikan S3 sebanyak 21 orang (29%). Berdasarkan



data di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih banyak responden yang menyelesaikan pendidikan terakhir S2. Berdasarkan rentang gaji responden yang memiliki rentang gaji sebesar Rp 1.000.000 – 3.500.000 sebanyak 8 orang (11%), responden yang memiliki rentang gaji Rp 3.600.000 – 6.000.000 sebanyak 50 orang (69%), dan responden yang memiliki gaji lebih dari Rp 6 juta sebanyak 14 orang (20%). Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih banyak responden yang mempunyai gaji/pendapatan di rentang Rp 3.600.000 – 6.000.000.

Lama bekerja responden yang diperoleh dimana yang sudah bekerja selama 1-5 tahun berjumlah 10 orang (14%), responden yang sudah bekerja selama 6-10 tahun berjumlah 40 orang (56%), dan terakhir responden yang sudah bekerja >10 tahun berjumlah 22 orang (30%) Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang sudah bekerja selama 6-10 tahun. Kemudian dilihat dari profesi. Responden yang berprofesi sebagai Dosen sebanyak 56 orang (78%), responden yang berprofesi sebagai Staff/Pegawai administrasi sebanyak 14 (19%), sedangkan sisanya sebanyak 2 orang (3%) menjawab lainnya. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang berprofesi sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

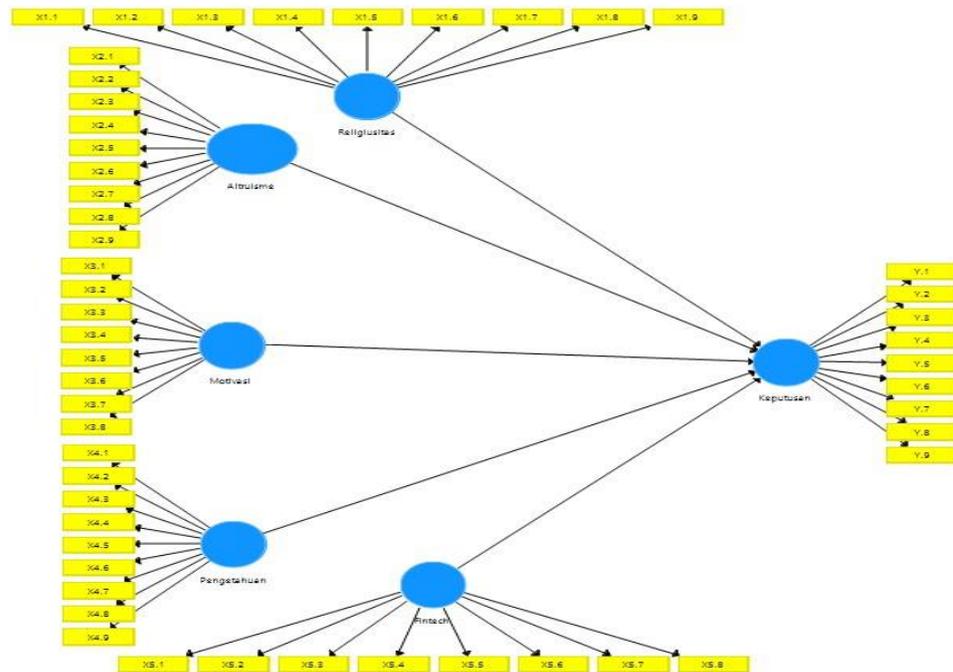
Karakteristik responden berdasarkan pilihannya dalam membayar zakat profesi, diperoleh karakteristik responden dalam membayar zakat profesi dicantumkan untuk mengetahui preferensi responden yang menjadi sampel penelitian. Responden yang memilih menyalurkan zakat profesinya melalui Baznas sebanyak 21 orang (30%), melalui Dompot Dhuafa sebanyak 12 orang (17%), melalui LAZNU sebanyak 4 orang (5%), melalui LAZMU sebanyak 7 orang (10%), memberikannya Langsung ke mustahiq sebanyak 6 orang (8%), yang menyalurkannya melalui LAZ dan Mustahiq sebanyak 14 orang (19%), dan Laz Lainnya sebanyak 8 orang (11%). Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menyalurkan zakat profesinya melalui Baznas.

Analisis Penelitian



Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai FEB...

Outer model atau Model Pengukuran akan menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya (Hartono, 2015). Indikator dari masing-masing konstruk pada penelitian ini bersifat reflektif. Hal ini dapat dilihat dari konstruk X1,X2,X3,X4,X5 dan Y pada *outer model* adalah reflektif. Oleh karena itu arah indikatornya yaitu dari konstruk ke indikator (Ghozali dan Latan, 2015).

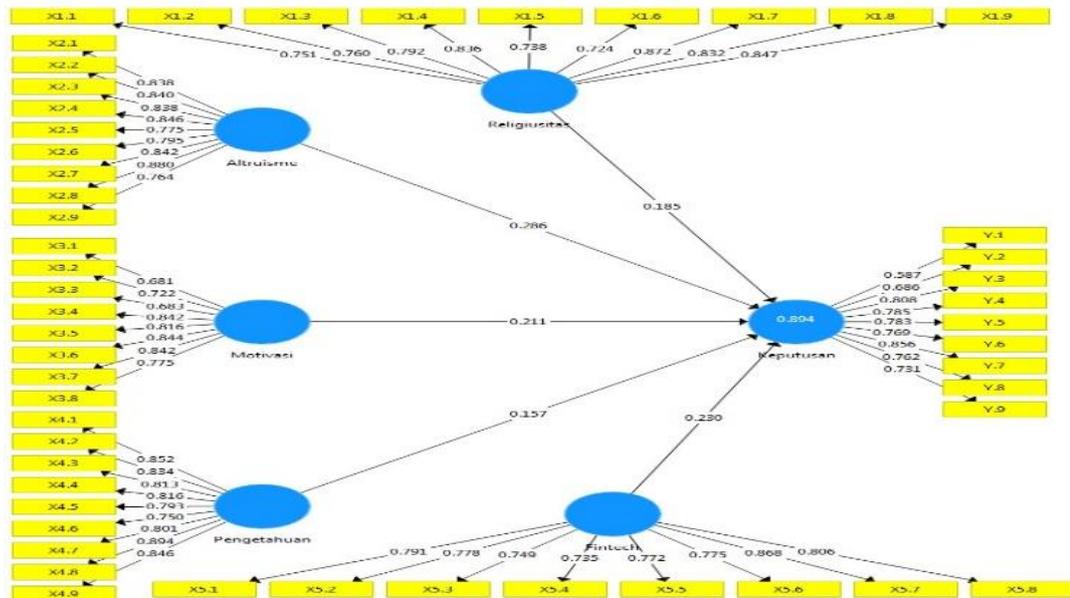


Gambar 1. Perancangan Outer Model

Penelitian ini menggunakan PLS *algorithm* pada *software* smartPLS 3.0 sebagai alat bantu untuk metode pendugaan parameter (estimasi). Ketentuan untuk menguji undimensionalitas dari setiap konstruk dengan melihat *convergent validity*. *Loading factor* adalah *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai validitas konvergen. Nilai *Loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penilaian yang bersifat *confirmatory* (Hartono, 2015: 74). Artinya ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang diukur. Namun, skala nilai *loading* 0,5-0,6 dianggap masih dapat diterima untuk riset pengembangan (Ghozali, 2016). Langkah pertama yang dilakukan adalah menguji apakah *loading factor* pada indikator untuk masing-masing butir pernyataan tentang variabel *religiusitas*, *altruisme*, motivasi, pengetahuan, *fintech* dan keputusan sudah memenuhi *convergent validity*. Hasil uji validitas diagram jalur awal dengan Smart



PLS 3.0 menunjukkan diagram jalur yang terbentuk adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Loading Factor

Berdasarkan gambar terlihat bahwa nilai faktor loading telah memenuhi persyaratan yaitu nilai *loading factors* di atas 0,5. Suatu indikator reflektif dinyatakan valid jika mempunyai *loading factor* di atas 0,5 terhadap konstruk yang dituju berdasarkan pada *substantive content*-nya dengan melihat signifikansi dari weight ($t = 1,96$). Sehingga model selanjutnya dapat di evaluasi.

Evaluasi model untuk outer model dan inner model selanjutnya dilakukan dengan membaca hasil *report* dari *PLS Algorithm*. Outer Model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi *algoritma*, parameter model pengukuran (*convergent validity composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh (Hartono, 2015: 193). Ada tiga kriteria untuk menilai outer model yaitu:

1) **Convergent validity (Validitas Konvergen)**

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading factor (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator indikator yang mengukur konstruk tersebut (Hartono, 2015, hal. 195). Adapun *loading factor* ini dapat dilihat dari output *outer loading*. nilai *loading factor* masing-



masing pada setiap instrument dalam indikator tentang variabel *religiusitas*, *atruism*, *motivasi*, *pengetahuan*, *fintech* dan variabel keputusan yang menunjukkan bahwa semua nilai loading factor di atas 0,5 untuk setiap instrumen pada indikator disetiap variabelnya. Dan nilai paling kecil terdapat pada instrumen Y.1 pada variabel Keputusan yang memiliki nilai loading factor sebesar 0,587. Kemudian nilai loading factor yang terbesar terdapat pada instrumen X4.8 pada variabel Pengetahuan dengan nilai loading factor sebesar 0,894. Berarti instrumen pernyataan pada indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini seluruhnya adalah valid atau telah memenuhi persyaratan uji validitas konvergen (*convergent validity*).

2) *Diskriminant Validity (Validitas Diskriminan)*

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur- pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Pengujian *Diskriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai Cross Loading factor untuk melihat konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan antara korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Menurut Ghazali (2015) Jika korelasi konstruk memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lain, maka dikatakan konstruk memiliki *Diskriminant validity* yang tinggi. Hasil pengujian *Diskriminant validity* keseluruhan sebanyak 52 indikator, keseluruhannya memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi dibandingkan nilai *loading factor* dengan variabel lainnya.

Contoh, nilai *loading factor* X1.1 terhadap *Religiusitas* yaitu sebesar 0,751 yang mana nilai tersebut lebih tinggi dari nilai *loading factor* pada *Altruisme* 0,629, *Motivasi* 0,639, *Pengetahuan* 0,338, *Fintech* 0,476 dan keputusan sebesar 0,598. Uji validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extranced (AVE)*. Menurut Ghazali (2015) "Kriteria *Average Variance Extranced (AVE)* antara indikator dengan konstraknya harus lebih besar dari 0,50 agar dapat dikatakan baik". Berdasarkan tabel 4.9 terlihat bahwa nilai AVE pada semua konstruk antara indikator memiliki nilai lebih dari 0,50. *Religiusitas* (X1) memiliki nilai AVE 0,634, *Altruisme* (X2) memiliki nilai AVE 0,681, *Motivasi* (X3) memiliki nilai AVE 0,606, *Pengetahuan* (X4) memiliki nilai AVE 0,677, *Fintech* (X5) memiliki nilai AVE 0,617, dan Keputusan (Y) memiliki



nilai AVE 0,571. Sehingga dengan begitu korelasi antar indikator dan konstruknya memiliki *discriminant validity* yang baik.

3) *Composite Reliability*

Uji realibilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya suatu konstruk. Dalam hal ini *composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Abdillah dan hartono, 2015: 196). *Rule of thumb* nilai *cronbachs alpha* dan *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 dan 0,5 masih dapat diterima (Abdillah dan Hartono, 2015:196). Output *Cronbachs alpha* dan *composite reliability* di atas menunjukkan bahwa nilai masing-masing konstruk sudah di atas 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model yang diestimasi telah memenuhi Kriteria *Cronbachs alpha* dan *composite reliability* serta memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian *Inner Model* (Model Struktural)

Setelah dilakukanya model pengukuran (*Outer Model*) langkah selanjutnya adalah pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). *Inner Model* dilakukan untuk menguji hubungan antar konstruk laten dengan melihat nilai R-Square (R^2), nilai koefisien analisis jalur (Path Coefficients), dan nilai t-statistic hasil output *software Smart-PLS 3.0*.

Tabel 1. *Path Coefficient*

Keterangan	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
	(O)	(M)	(STDEV)	(O/STDEV)	
Pengetahuan -> Keputusan	0,157	0,152	0,074	2,111	0,035
Atruisme -> Keputusan	0,286	0,273	0,097	2,942	0,003



Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai FEB...

<i>Religiusitas</i> -> Keputusan	0,185	0.206	0.090	2,066	0,039
Motivasi -> Keputusan	0,211	0,201	0,078	2,693	0,007
<i>Fintech</i> -> Keputusan	0,230	0,238	0,080	2,873	0,004

Sumber: Data diolah (2019)

Menurut Ghozali (2015) "Path Coefficient merupakan nilai koefisien jalur, atau besarnya hubungan atau pengaruh konstruk laten". Pada table diatas terdapat kolom *Original Sample* (O), pada kolom tersebut dapat dilihat nilai *Original Sample* (O) yang digunakan untuk mengetahui nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*). Tabel tersebut menunjukkan, konstruk *Altruisme* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan dengan nilai sebesar 0,286, konstruk *Religiusitas* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan dengan nilai sebesar 0,185, konstruk *Fintech* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan dengan nilai sebesar 0,230 konstruk Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan dengan nilai sebesar 0,211, kemudian yang terendah pada kostruk pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap konstruk endogen Keputusan dengan nilai sebesar 0,157. Maka dapat disimpulkan bahwa konstruk Pengetahuan, *Altruisme*, *Religiusitas*, Motivasi, *Fintech* berpengaruh positif terhadap konstruk endogen Keputusan.

R Square (R²)

Pengujian terhadap model struktural (inner model) yang dilakukan dengan melihat nilai R-Square (R²) untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen, apakah mempunyai pengaruh yang substantive (Ghozali, 2016: 78). Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa besar variasi variabel laten dependen dijelaskan oleh variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R² berarti semakin baik model prediksi dari model yang diajukan (Hartono, 2015, hal. 197). Nilai R-square 0,75 yang berarti model kuat, 0,50 model moderat sedangkan 0,25 disimpulkan bahwa model lemah (Ghozali, 2016: 78). Penelitian ini memiliki lima konstruk laten yaitu (X1), *Altruisme* (X2), Motivasi (X3), dan Pengetahuan (X4), dan *Fintech* (X5) yang masing-masing konstruk laten itu berpengaruh terhadap satu konstruk endogen yaitu Keputusan (Y). Pada tabel di atas menunjukkan nilai R-square (R²)



sebesar 0,894. Hasil ini berarti bahwa sebesar sebesar 89 % variabel Keputusan (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel *Religiusitas* (X1), *Altruisme* (X2), *Motivasi* (X3), dan *Pengetahuan* (X4), dan *Fintech* (X5). Sedangkan 11% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti, seperti Kredibilitas lembaga *zakat*, *Kepuasan*, dan *Pendapatan*. Berdasarkan kriteria model, mengindikasikan bahwa masing- masing model struktural (inner model) pada penelitian ini termasuk kategori “Kuat”.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan t hitung dengan t tabel. Perbandingan t hitung dengan t tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai t hitung diperoleh menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan *software* Smart PLS 3.0. Pengujian dengan *bootstrapping* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai t-statistik, hipotesis penelitian dapat diterima jika nilai thitung (t-statistik) lebih dari ttabel pada tingkat kesalahan 1,96. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat output *path coefficients* dari hasil *resampling bootstrappin*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan t hitung dengan t tabel. Perbandingan t hitung dengan t tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai t hitung diperoleh menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan *software* Smart PLS 3.0. Pengujian dengan *bootstrapping* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai t-statistik, hipotesis penelitian dapat diterima jika nilai thitung (t-statistik) lebih dari ttabel pada tingkat kesalahan 1,96. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat output *path coefficients* dari hasil *resampling bootstrappin*.

Pembahasan

Setelah melewati proses pengujian model, berikut ini akan dibahas analisis sesuai hipotesis yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa H1 yang diajukan diterima. Output *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel *Religiusitas* terhadap Keputusan diatas 1,96 yaitu sebesar 2,066 sehingga pengaruh yang diberikan oleh merek terhadap



variabel keputusan terbukti signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fery setiawan bahwa Faktor *Religiusitas* merupakan variabel yang signifikan mempengaruhi keputusan dalam membayar *zakat* profesi dengan studi kasus di kabupaten ponorogo (Setiawan, 2019). Menurut Glock dan Stark dalam Ancok (2011), *religiusitas* memiliki makna yaitu seberapa jauh pengetahuan, seberapa kuat keyakinan, seberapa giat melaksanakan ibadah serta seberapa tinggi tingkat penghayatan yang dimiliki oleh seseorang. Keputusan seorang individu dalam membayar *zakat* ditentukan oleh tingkat *religiusitas* individu itu sendiri, yakni pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya membayar *zakat* yang juga merupakan salah satu rukun Islam yang harus ditaati. Faktor ini juga berkaitan dengan tingkat pendidikan seseorang, juga terkait dengan pendidikan agama. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan pemahaman tentang agama, maka semakin tinggi pula minat untuk menunaikan *zakat* profesi.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa H1 yang diajukan diterima. Output *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel *Altruisme* terhadap Keputusan diatas 1,96 yaitu sebesar 2,942 sehingga pengaruh yang diberikan oleh *Altruisme* terhadap variabel keputusan terbukti signifikan. Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Irfan (2012) yang mana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa faktor *Altruisme* merupakan faktor yang mempengaruhi partisipasi ber*zakat*. Hal ini sesuai dengan teori *Altruisme* menurut David (1991) yaitu *Altruisme* adalah tindakan sukarela yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan apapun. Hal ini terutama dapat dilihat pada sejumlah indikator dalam variabel *Altruisme*, yaitu: rasa iba/belas kasih, kesadaran akan hak orang lain dan rasa ingin membantu terhadap sesama. Hal-hal tersebut yang mendukung signifikansi pada variabel altruism.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa H1 yang diajukan diterima. Output *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel Motivasi terhadap Keputusan diatas 1,96 yaitu sebesar 2,693 sehingga pengaruh yang diberikan oleh Motivasi terhadap variabel keputusan terbukti signifikan. Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh andi (2015) yang mana dalam penelitiannya terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi terhadap keputusan ber*zakat* profesi dan loyalitas muzakki terhadap LAZ rumah *zakat* kota Samarinda. Hal ini sesuai juga dengan teori Motivasi yang Menurut Kotler (2001:215), "motivasi adalah kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat



untuk mencari *kepuasan* atas kebutuhan tersebut”. Faktor ini didasarkan pada indikator yang semuanya merupakan pemicu motivasi seseorang yakni kebutuhan, harapan dan tujuan dalam membayar *zakat* profesi.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa H1 yang diajukan diterima. Output *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel Pengetahuan terhadap Keputusan diatas 1,96 yaitu sebesar 2,111 sehingga pengaruh yang diberikan oleh Variabel Pengetahuan terhadap variabel keputusan terbukti signifikan. Temuan penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan andiningtyas (2011) yang mana dalam penelitiannya di direktorat jenderal perbendaharaan negara departemen keuangan republik indonesia, pengetahuan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan mempengaruhi kesediaan karyawan membayar *zakat* profesi melalui pemotongan gaji. Hal ini juga sesuai dengan yang disampaikan Notoatmodjo, (2012) bahwa penerimaan perilaku baru didasari oleh pengetahuan, kesadaran dan Perilaku positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng (*long lasting*). Sebaliknya apabila perilaku itu tidak didasari oleh pengetahuan, kesadaran maka tidak akan berlangsung lama. Pengetahuan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pegawai membayar *zakat* profesi sehingga dapat menjadi pertimbangan oleh BAZNAS dan LAZ untuk bersinergi dengan membuat program sosialisasi yang menarik dan juga memperkenalkan program pendayagunaan *zakat* yang efektif melalui seminar, workshop, dan juga bulletin yang menampilkan profil, program, sistem penyaluran BAZNAS sehingga mendorong keinginan dan kesadaran pegawai dalam ber*zakat*. Serta lembaga *zakat* juga dapat bekerja sama dengan dalam pengumpulan *zakat* secara langsung melalui pemotongan gaji pegawai, sehingga pembayaran *zakat* profesi akan lebih mudah dan tepat . Sosialisasi juga dapat dilakukan kepada mahasiswa sehingga sejak dini mereka memiliki pengetahuan yang baik tentang *zakat* dan lembaga *zakat* itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan potensi ber*zakat* pada saat mereka telah masuk ke dunia kerja dan sudah memiliki penghasilan.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa H1 yang diajukan diterima. Output *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel *Fintech* terhadap Keputusan diatas 1,96 yaitu sebesar 2,873 sehingga pengaruh yang diberikan oleh Variabel Pengetahuan terhadap variabel keputusan terbukti signifikan. Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Zahroh (2019) yang mana dalam penelitiannya Peran e-*zakat* sebagai strategi penghimpun dana



zakat oleh lembaga *Amil zakat* di Surabaya adalah memberikan kemudahan, memperluas pasar, memberikan dampak peningkat baik secara nominal pendapatan dana *zakat* maupun non-material. Penggunaan layanan *Fintech* merupakan metode yang bisa dimaksimalkan oleh Lembaga *Amil zakat* (LAZ) sebagai bentuk kemudahan dan potensi muzakki, agar muzakki semakin cepat ber*zakat* dan tertangani dengan baik. Hal lain yang dinilai dari perlunya menggunakan layanan *fintech* adalah memudahkan LAZ dalam menghitung secara rutin pendapatan *zakat* yang diperoleh dengan lebih akurat. Manfaat lain juga bisa didapat dari sisi komunikasi dengan para muzakki yang bisa semakin intens, dan mudah dipantau, mudah dalam memberikan update terbaru tentang program LAZ melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, halaman web ataupun platform lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang signifikan antara *religiusitas* terhadap keputusan pegawai dengan nilai T Statistik 2,066 atau lebih besar dari 1,96, ada pengaruh yang signifikan antara *Altruisme* terhadap keputusan pegawai dengan nilai T Statistik 2,942 atau lebih besar dari 1,96, ada pengaruh yang signifikan antara *Motivasai* terhadap keputusan pegawai dengan nilai T Statistik 2,693 atau lebih besar dari 1,96, ada pengaruh yang signifikan antara *Pegetahuan* terhadap keputusan pegawai nilai T Statistik 2,111 atau lebih besar dari 1,96. Ada pengaruh yang signifikan antara *Fintech* terhadap keputusan pegawai dengan nilai T Statistik 2,873 atau lebih besar dari 1,96.

Implikasi dari penelitian adalah penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam perbandingan objek penelitian yang sama khususnya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membayar *zakat*, selain itu untuk lembaga *Amil zakat* penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk lebih memahami perilaku masyarakat dalam keputusannya membayar *zakat* sehingga bisa meningkatkan kinerja lembaga *zakat* dalam mengumpulkan dana. Keterbatasan penelitian adalah karena kurang pemahaman *Fintech* sebagai suatu hal baru yang dapat memaksimalkan potensi *zakat* di Indonesia sehingga perlu melakukan sosialisasi dalam pemahaman dan penggunaannya sehingga lebih menunjang penelitian.

Fintech sebagai sarana untuk pembayaran *Zakat* terstruktur. Berdasarkan hasil tersebut, dirasa perlu dibentuk suatu lembaga khusus yang mewadahi pegawai dalam pembayaran *zakat* di lingkungan



kampus. Sinergi antara Intitusi/Perusahaan dengan Lembaga *Amil Zakat* (LAZ) dirasa perlu dilakukan untuk memaksimalkan potensi *zakat*. Kerjasama tersebut bukan hanya dalam bidang pengumpulan dana *zakat* saja tapi juga dalam sosialisasi tentang peran dan pentingnya *zakat*

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qadir. (2001). *Zakat: Dalam Dimensi Mahdah dan Solusi*, Jakarta: Srigunting,
- Ajzen, Icek, (2005). *Attitude, Personality and Behavior* (2th ed). England: Mc Graw – Hill,
- Ajzen, Icek. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organization Behavior and Human Decision Process*, Vol. 50, pp 179-211
- Ajzen, Icek. (2002). Perceived Behavioral Control, Self – Efficiency, Locus of Control The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32,4,pp. 665-683
- Baryah, Oneng Nurul (2012) *Total Quality Management Zakat*. Jakarta: Wahana Kardofa, ,
- Andiani, K., Hafidhuddin, D., Beik, I. S., Ali, K. M. (2018). Strategy of BAZNAS and Laku Pandai for Collecting and Distributing Zakah in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. Vol. 10 (2) pp 417- 440.
- Basuki, Ferry Hendro & Hartina Husein.(2018). Analisis SWOT Financial Technology pada Dunia Perbankan di Kota Ambon. *Jurnal Manis Volume 2* (1) pp 60-74
- Bernath, Kathrine (2008).Recreational benefits of Urban Forests: Explaining visitors” Willingness to Pay in the context of the Theory of Planned behavior. *Journal of Environtmental Management* 89 (2008) vol. 155-166
- Canggih, Clarashinta, Khusnul Fikriyah & Ach. Yasin. Potensi dan Realisasi Dana *Zakat* Indonesia. *al-Uqud: Journal of Islamic Economics Volume 1* (1) pp 14-26.
- Daniel, Haile (2009). Estimating the Willingness to Pay for the Benefit of AES Using the Contingent Valuation Method. *Journal of Natural Resources Policy Research* Delener, “ Religiosity in Psychology Economics”. 1994
- Dorfleitner.(2017). Chapter 2 Definition of *Fintech* and Description of the *Fintech* Industry. Springer International Publishing



- Eliyani & Handriani, I. (2016). *Zakat acceptance system on national level of zakat management organization in Indonesia*. *Journal Islamic Finance Studies*, 2(2), 67-74.
- Ghozali, Imam. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS21*, Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern (Zakah in The Modern Economy)*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hanley and Spash," Theoretical Economy Issue.: Economic Journal1993
- Harun Nasution, " *Religiusitas dalam pengambilan keputusan konsumen*"., Psikologi Islam. 1985
- Horn, Daniel, Paul Geerts, & Just Coolen. (2014). *Financial Technology Taking Over*. Amsterdam: Compact.
- Jalaluddin (2012). *Psikologi Agama*. Jakarta:RAJAGRAFINDO Persada.
- Kamaruddin, Andi Martina dkk. "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berzakat Profesi" . *Jurnal Eksekutif* Vol. 12 No. 2., 2015
- Kasri, R. A. (2016). Effectiveness of Zakah Targeting in Alleviating Poverty in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. Vol. 8 (2): 169-186.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan G., Amstrong (2001). *Dasar Dasar pemasaran*. Jilid 1., Edisi Kesembilan, Jakarta: Indeks
- Mufraini, M. Arief (2013). *Metodologi Penelitian Bidang Studi Ekonomi Islam*, Jakarta: UIN Jakarta Pres, ,
- Medcraft, Greg.(2016).*Developing Asia's capital markets: Fintech opportunities, risks and challenges*. Australian Securities and Investments Commission (ASIFMA) 2016 Annual Conference, Singapore.
- Mnuchin, Steven T. & Craig S. Phillips.(2018). *A Financial System That Creates Economic Opportunities Nonbank Financials, Fintech, and Innovation*. United States: US Department of Treasury
- Mufraini, M. Arief (2014). *Akuntansi Manajemen Zakat*, Jakarta UIN Jakarta, Press
- Saad, Ram Al Jaffri dan Roszaini Haniffa (2014). Determinants of Zakah (Islamixc Tax) Compliance Behavior"., *Journal ISLAMIC Accountig and Bussiness Research*, Vol. 5.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial



-
- Prawirasasra, Kannya Purnamahatty.(2018). *Financial Technology in Indonesia: Disruptive or Collaborative?. Reports on Economics and Finance*, Vol. 4 (2) pp83-90
- Al-Qardhawi, Yusuf (1998). Alih bahasa Salma Haru, et al. *Hukum Zakat* Jakarta: Pustaka Litera antar nusa dan Mizan
- Ramdas, Murugadas. (2014). Impact of Tourism on environmental attributes, environmental literacy and Willingness to pay: A conceptual and theoretical review. *Journal Social and behavioral science* pp 378-391.
- Ridzuan Bin Ahmad.(2013). *Persepsi Umat Islam di Negeri Kedah Terhadap Kaedah Pembayaran Zakat Melalui Perbankan Internet* Dissertation. Othman Yeop Abdullah Graduate School Of Business, Universiti Utara Malaysia
- Santoso, Anang Arief (2002), *Zakat Sebagai Kebijakan Alternatif Anti Kesenjangan dan Anti Kemiskinan*, *Jurnal Ekonomi Syariah “Muamalah”* Vol. 1, No. 1 116
- Sugiyono, (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan RnD)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, N. A., Rahim, A., & Rahman, A. (2014). *Efficiency of zakat institutions and its determinants. Paper presented at 8th International Conference on Islamic Economics and Finance* held by Islamic Research and Training Institute (IRTI), Doha, 19 December.
- Wibisono, Yusuf (2015). *Mengelola Zakat Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Grup
- Wibisono, Y. (2016). *Potensi zakat nasional: Peluang dan tantangan pengelolaan*. Accessed from https://puskasbaznas.com/images/ppt/Panel-1_Yusuf-Wibisono.pdf
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri (2011) *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta. Penerbit Salemba Infotek
- Zhang, J. & Liu, P. (2012). Rational herding in microloan markets. *Management Science*, 58(5), 892-912.

