

ABSTRAK

Zakat merupakan instrumen utama dalam ekonomi Islam yang berfungsi sebagai kewajiban spiritual sekaligus mekanisme redistribusi pendapatan. Namun, kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat menunjukkan bahwa perilaku muzaki dalam membayar zakat dipengaruhi oleh berbagai faktor multidimensional, termasuk aspek individual dan institusional.

Penelitian ini menguji model integratif berbasis consumer behavior theory dan New Institutional Economics dalam menjelaskan probabilitas muzaki membayar zakat penghasilan. Variabel yang dianalisis meliputi religiusitas, pendapatan, preferensi, kepercayaan terhadap lembaga zakat, good amil governance, dan biaya transaksi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 300 responden di Provinsi Jambi, dan data dianalisis menggunakan regresi logistik biner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, pendapatan, dan kepercayaan terhadap lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas muzaki membayar zakat. Sementara itu, preferensi, good amil governance, dan biaya transaksi tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan dominasi faktor spiritual, ekonomi, dan kepercayaan institusional dalam keputusan muzaki.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat integrasi consumer behavior dan ekonomi kelembagaan dalam menjelaskan perilaku zakat. Secara praktis, hasil penelitian menekankan pentingnya peningkatan religiusitas, literasi zakat, dan penguatan kepercayaan publik melalui tata kelola lembaga yang transparan dan profesional.

Kata kunci: zakat penghasilan, perilaku muzaki, consumer behavior, New Institutional Economics, religiusitas, kepercayaan.

FEB UNDIP