Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis
Volume 15, Nomor 1, Januari 2024
P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Determinan Keputusan Membayar Zakat pada BAZNAS dan LAZ: Studi *Bibliometric* VOSviewer dan *Literature Review*

Determinants of Decision to Pay Zakat at BAZNAS and LAZ: Study of Bibliometric VOSviewer and Literature Review

Muhammad Al Faruq[*)], **Yuniarti Hidayah Suyoso Putra**
Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
**e-mail korespondensi: alfaruq24.af@gmail.com*

Info Artikel

Riwayat Artikel :
Diterima: 7 Juli 2023
Disetujui: 2 Desember 2023
Dipublikasikan: Januari 2024

Nomor DOI :
10.33059/jseb.v15i1.8166

Cara Mensitasi :
Faruq, M. A., & Putra, Y. H. S. (2024). Determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ: Studi *bibliometric* VOSviewer dan *literature review*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *15*(1), 144-161. DOI: 10.33059/jseb.v15i1.8166.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan melakukan pemetaan serta menganalisis determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ selama kurun waktu 10 tahun dimulai dari tahun 2013 hingga 2022. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *mix-method* yaitu metode kuantitatif dengan *study of bibliometric VOSviewer* dan metode kualitatif dengan *study of literature review*. Data sekunder dikumpulkan dari situs *Google Scholar*, dan dianalisis menggunakan program *Microsoft Excel*, *VOSviewer*, *Mendeley Dekstop* dan *Publish or Perish 8*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 60 artikel jurnal publikasi terindeks SINTA pada tahun 2013 hingga 2022, hasil pemetaan dari *study of bibliometric VOSviewer* terbagi menjadi 10 kluster dan 66 topik, dan hasil pemetaan dari *study of literature review* terdapat 30 topik variabel.

Kata Kunci: BAZNAS dan LAZ, *Bibliometric* VOSviewer, Keputusan Membayar Zakat, *Literature Review*.

Article Info

Article History :
Received: 7 July 2023
Accepted: 2 December 2023
Published: January 2024

DOI Number :
10.33059/jseb.v15i1.8166

How to Cite :
Faruq, M. A., & Putra, Y. H. S. (2024). Determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ: Studi *bibliometric* VOSviewer dan *literature review*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *15*(1), 144-161. DOI: 10.33059/jseb.v15i1.8166.

Abstract

The research aims to map and analyze the determinants of the decision to pay zakat to BAZNAS and LAZ over a period of 10 years starting from 2013 to 2022. This research uses a mix-method approach, namely a quantitative method with a study of bibliometric VOSviewer and a qualitative method with a study of literature review. Secondary data was collected from the Google Scholar site, and analyzed using the Microsoft Excel, VOSviewer, Mendeley Desktop and Publish or Perish 8 programs. The results showed that there were 60 SINTA indexed published journal articles from 2013 to 2022, the mapping from the VOSviewer study of bibliometrics were divided into 10 clusters and 66 topics, and the mapping from the study of literature review show 30 variable topics.

Keywords: *BAZNAS and LAZ, Bibliometric VOSviewer, Decision to Pay Zakat, Literature Review.*

2614-1523/©2024 The Authors. Published by Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

PENDAHULUAN

Suatu negara dapat dikatakan berhasil dalam mewujudkan pembangunan jika mampu menekan angka kemiskinan. Di sisi lain, memerangi kemiskinan merupakan tantangan berat yang dihadapi oleh setiap negara. Oleh sebab itu, upaya mensejahterakan kehidupan bangsa merupakan tujuan nasional yang harus dicapai sesuai amanat pembukaan Undang-undang Dasar Republik Indonesia Alinea Keempat (Al-Bawwab, 2023). Data penduduk miskin pada Maret 2022 menunjukkan presentase sebesar 9,54 persen, menurun 0,17 persen terhadap persentase pada September 2021 dan menurun 0,60 persen poin terhadap presentase pada Maret 2021 atau dari data jumlah penduduk miskin pada Maret 2022 sebesar 26,16 juta jiwa, menurun sebanyak 0,34 juta jiwa jika dibandingkan pada September 2021 dan menurun sebanyak 1,38 juta jiwa dibanding Maret 2021 (BPS, 2022). Dapat dilihat bahwa instrumen yang paling penting untuk meningkatkan kesejahteraan negara yakni Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) yang memiliki aspek mempengaruhi bidang sosial dan ekonomi masyarakat. ZIS karenanya dapat menjadi salah satu solusi untuk mencapai sebuah kesejahteraan suatu negara. Dari total penduduk Indonesia, terdapat 87,18 persen penduduk yang beragama Islam atau Muslim, yang menggambarkan potensi ZIS di Indonesia sangat besar, khususnya pada instrumen zakat (Sawmar & Mohammed, 2021).

Zakat adalah salah satu pilar Islam dan salah satu bagian dari ibadah yang dibutuhkan oleh umat Islam. Maka dari itu, dana zakat harus dapat dikelola dengan baik oleh sistem organisasi zakat yang diharapkan selalu meningkat kinerjanya. Di Indonesia, terdapat lembaga semi-pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian zakat, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (Asnaini, 2008). Selain itu, terdapat juga lembaga non-pemerintah yang disebut Lembaga Amil Zakat (LAZ). Dengan adanya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat semakin meningkat setiap tahunnya, apalagi dengan bantuan kemajuan teknologi yang semakin memudahkan setiap orang untuk membayar zakat.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, masyarakat cenderung memilih membayar zakat melaui media *online*. Hal itu dapat dilihat dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang melakukan inovasi produk melalui kerjasama dengan 26 *platform* digital meliputi *e-commerce*, *social media*, *artificial intelligence* dan fasilitas keuangan digital seperti *Shopee, Tokopedia, Lazada, Ovo, Dana, Gopay, Kitabisa, Jenius, Lenna, Line, Tcash, Matahari Mall dan Oy! Indonesia* (Sari, 2006). Gambar 1 menunjukkan potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 327,6 triliun pada tahun 2020. Zakat tersebut dibagi menjadi lima objek, yaitu Badan Usaha sebesar Rp. 144,5 triliun, Pendapatan sebesar Rp. 139,7 triliun, Pertanian sebesar Rp. 19,79 triliun, Peternakan sebesar Rp. 9,51 triliun, dan Uang sebesar Rp. 58,76 triliun (PUSKAS BAZNAS, 2020).



Gambar 1. Peta Potensi Zakat di Indonesia Tahun 2020
Sumber: PUSKAS BAZNAS, 2020.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Tabel 1. Pertumbuhan Pengumpulan ZIS dan DSKL Tahun 2002-2019

Tahun	ZIS dan DSKL (Rp. milliar)	Pertumbuhan (%)
2002	68,39	-
2003	85,28	24,70
2004	150,09	76,00
2005	295,52	96,90
2006	373,17	26,28
2007	740	98,30
2008	920	24,32
2009	1.200	30,43
2010	1.500	25,00
2011	1.729	15,27
2012	2.212	27,94
2013	2.639	19,30
2014	3.300	25,05
2015	3.650	10,61
2016	5.017.29	37,46
2017	6.224.37	24,06
2018	8.117.60	30,42
2019	10.227.94	26,00
Rata-rata		34,33

Sumber: PUSKAS BAZNAS (diolah), 2020.

Tabel 1 menunjukkan laju pertumbuhan penghimpunan ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) dan DSKL (Dana Sosial Keagamaan Lainnya) di Indonesia yaitu rata-rata 34,33 persen selama periode 2002-2019, dan pertumbuhan PDB Indonesia rata-rata 5,36 persen selama periode yang sama. Penghimpunan mencapai Rp. 10,2 triliun ZIS pada tahun 2019, memang jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan potensi zakat sebesar Rp. 233,8 triliun (PUSKAS BAZNAS, 2020).

Study of bibliometric adalah cabang ilmu yang menganalisis dan mengevaluasi publikasi ilmiah dan data dengan menggunakan metode statistik dan informatika untuk membandingkan kutipan, produksi, dan diseminasi dalam referensi ilmiah. *Study of bibliometric* berguna untuk membantu pengukuran kontribusi individu, kinerja, institusi, dan bidang pengetahuan, ataupun mengetahui interaksi dan hubungan antara bidang pengetahuan dan publikasi serta membantu mengidentifikasi dan menilai tren dan isu dalam referensi ilmiah. *VOSviewer* adalah sebuah *software* yang berfungsi dalam menelusuri, menyusun, dan memvisualkan jaringan meta-data. Dalam suatu penelitian, *VOSviewer* sering digunakan untuk menganalisis bibliometrik, menelusuri kasus yang masih sedikit dilakukan penelitian, dan mencari referensi yang banyak digunakan dalam bidang tertentu ataupun bidang lain (Akturk, 2021); sedangkan *literature review* yaitu pengamatan atau penelitian kepustakaan dari berbagai sumber tentang topik penelitian yang diteliti meliputi artikel, jurnal ataupun publikasi lainnya. Tujuannya adalah agar tahapan peninjauan setiap sumber menjadi lebih sistematis dan terorganisir dalam pengimplementasiannya (Castillo, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan determinan keputusan membayar zakat juga menjadi relevansi dari penelitian ini. *Pertama*, Kurniaputri *et al*. (2020) memaparkan bahwa keputusan generasi millenial di Jabodetabek dalam pembayaran ZIS melalui *platform* digital

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya intensi perilaku, lingkungan sosial dan reputasi kelembagaan, sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh. *Kedua*, Ardiansyah & Idayanti (2022) memaparkan bahwa keputusan membayar zakat dipengaruhi oleh variabel komitmen keagamaan, sedangkan beberapa variabel diantaranya pengetahuan keagamaan, lingkungan sosial dan sumber pendapatan tidak berpengaruh. *Ketiga*, menurut Roza (2023), keputusan *muzakki* untuk membayar zakat di BAZNAS dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya religiusitas dan peran pemerintah. *Keempat*, Arrosyid & Priyojadmiko (2022) mengidentifikasi bahwa keputusan *muzakki* di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membayar zakat dipengaruhi variabel niat, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh; beberapa variabel diantaranya sikap dan norma subjektif melalui variabel niat juga berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat sedangkan variabel kontrol perilaku tidak berpengaruh; serta, beberapa variabel diantaranya sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku melalui variabel religiusitas juga tidak berpengaruh. *Kelima*, Syafitri *et al*. (2021) menyatakan bahwa keputusan *muzakki* atau masyarakat Jabodetabek dalam membayar zakat dipengaruhi oleh beberapa variabel, diantaranya religiusitas dan pendapatan. Hasil-hasil beberapa penelitian terdahulu tersebut dinilai masih heterogen dan dinamis sehingga menjadi *research gap* untuk penelitian selanjutnya. Selanjutnya, penelitian tentang determinan keputusan membayar zakat dipandang perlu diklasifikasikan secara sistematis sebagai referensi penelitian selanjutnya dan untuk mengetahui posisi penelitian ini dengan penelitian serupa sebelumnya, yang kemudian menjadi *novelty* pada penelitian ini.

Publikasi ilmiah tentang zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) masih terbilang sedikit jika dilihat di situs *Google Scholar*. Berdasarkan pencarian data, terdapat 60 penelitian tentang Zakat di BAZNAS dan LAZ. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian tentang determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ, dengan acuan bahwa lembaga filantropi Islam telah berkembang secara pesat baik di semi-pemerintah maupun non-pemerintah dari tahun ke tahun saat ini. Penelitian ini sangat memiliki diferensiasi dengan beberapa penelitian terdahulu, yaitu pembahasan yang dijalankan sangat berfokus pada pengklasifikasian penelitian tentang topik determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ yang belum pernah dibahas dan diteliti oleh peneliti lain. Tujuannya adalah untuk memahami seberapa jauh perkembangan penelitian di lembaga filantropi Islam tentang topik itu mulai dari tahun 2013 sampai 2022, dengan menggunakan metode campuran melalui *study of bibliometric* dengan bantuan *software* VOSviewer dan dianalisis dengan *study of literature review*.

TELAAH LITERATUR

BAZNAS dan LAZ

Dalam UU No. 23 Tahun 2011 pasal 6 disebutkan bahwa Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga yang melaksanakan operasional pengelolaan zakat secara nasional (JDIH BPK, 2011; Santoso & Agustino, 2018). Dalam pasal 7 dinyatakan tiga aspek utama. Aspek pertama yaitu dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 6, BAZNAS melaksanakan tugas: (a) merencanakan pengumpulan, pendistribusian dan penggunaan zakat; (b) mengumpulkan, mendistribusikan dan pendayagunaan zakat; (c) pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; serta, (d) melaporkan dan mempertanggungjawabkan pengelolaan zakat. Aspek kedua adalah bahwa BAZNAS dapat bekerjasama dengan pihak-pihak terkait dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan. Aspek ketiga adalah BAZNAS setidaknya setahun sekali melaporkan secara tertulis kepada

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Presiden, yaitu melalui Menteri dan Dewan Perwakilan Rakyat tentang hasil kinerja tugasnya (JDIH BPK, 2011).

Sementara itu, berdasarkan pasal 17 UU No. 23 Tahun 2011, tugas Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah untuk membantu BAZNAS dalam melaksanakan penghimpunan, distribusi, dan penggunaan zakat. Lebih jauh, pada pasal 19 menetapkan bahwa LAZ wajib melaporkan secara berkala kepada BAZNAS tentang kinerja penghimpunan, distribusi, dan penggunaan zakat yang diverifikasi (Hudaifah *et al*., 2020).

Determinan Keputusan Membayar Zakat

Keputusan merupakan suatu hasil dari memilih beberapa pilihan yang diyakini sebagai pilihan terbaik dari beberapa pilihan yang tersedia. Dalam proses pengambilan keputusan, seseorang biasanya menunjukkan semua yang terlintas dalam pikiran dan melakukan apa yang menurut mereka perlu untuk membuat pilihan terbaik. Tindakan yang perlu dilakukan adalah mengumpulkan informasi dan data yang diperlukan kemudian penentuan langkah-langkah yang menjadi dasar pengambilan keputusan (Sari, 2018). Keputusan adalah proses pendekatan untuk memecahkan masalah dan terdiri dari tahapan eksplorasi informasi, penilaian beberapa alternatif pengambilan keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian yang dilakukan konsumen. Keputusan konsumen ini mencerminkan perilaku individu terhadap konsumsi barang atau jasa. Konsumen yang dimaksudkan adalah *muzakki*, yaitu orang yang wajib membayar zakat setelah mencapai *nisab* dan *haul* (Al Balushi *et al*., 2019).

Bagi umat Islam khusunya di Indonesia dan dunia Islam pada umumnya, zakat dianggap sebagai bagian fundamental dari ajaran Islam dan wajib dipenuhi. Melaksanakannya adalah wajib, dan dengan begitu telah dipandang sebagai dosa bagi siapa saja yang meninggalkannya, dan sebaliknya akan mendapatkan pahala bagi yang menjalankannya. Zakat adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengentaskan perdebatan kemiskinan di Indonesia. Sesuai dengan tujuannya, penghimpunan dana zakat yang berkelanjutan merupakan solusi bagi kesejahteraan masyarakat yang kurang mampu (Khairuddin, 2022). Dengan demikian, merupakan kewajiban umat Islam untuk menggunakan sebagian hartanya menurut syarat-syarat yang telah ditentukan dan memberikannya kepada orang-orang tertentu. Syarat yang dimaksud meliputi *nisab*, *haul*, dan kadar zakat; sedangkan yang dimaksud orang tertentu adalah *mustahik* zakat yang terdiri dari 8 kelompok (*ashnaf*) yaitu *fakir, miskin, amil, mu'allaf, riqab, gharim, sabilillah,* dan *ibnu sabil*. Optimalisasi dana zakat dapat berdampak pada pertumbuhan perekonomian individu, masyarakat maupun nasional dengan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan dan daya beli kaum *dhuafa'*, serta mendorong bentuk pertumbuhan ekonomi lainnya (Ur Rehman *et al*., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix-method* yaitu metode kuantitatif dengan *Study of Bibliometric* serta metode kualitatif dengan *Study of Literature Review*. Data sekunder diperoleh dari situs *Google Scholar* dengan objek penelitiannya adalah determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ di lembaga filantropi Islam semi-pemerintah maupun non-pemerintah (Dubyna *et al*., 2022). Ruang lingkup data yang digunakan yaitu publikasi artikel ilmiah terkait obyek penelitian ini yang bersumber dari jurnal nasional yang terakreditasi. Alat analisis data menggunakan perangkat lunak yaitu *Microsoft Excel, VOSviewer, Mendeley Dekstop* dan *Publish or Perish 8* (Imtihanah & Zulaikha, 2019).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Pengumpulan data melalui beberapa tahapan merujuk pada Rostami *et al*. (2020). Tahap pertama adalah menelusuri situs *Google Scholar* melalui program *Publish or Perish 8* untuk mencari jurnal berdasarkan judul dengan kata kunci "Keputusan Membayar Zakat" dalam periode 2013-2022. Tahap kedua yaitu mengumpulkan data tentang judul jurnal dan membuat daftar tabel di *Microsoft Excel*, serta mengidentifikasi judul jurnal yang diperoleh. Tahap ketiga yaitu bahwa judul jurnal yang telah dikumpulkan, diunduh *file*-nya dengan format RIS *(Research Information Systems)* dan PDF *(Portable Document Format)*. Tahap keempat adalah melakukan input *file* data RIS pada *Mendeley Dekstop*.

Teknik analisis data meliputi beberapa langkah (Kaufmann *et al*., 2021). Langkah pertama adalah menyusun *file* data RIS-nya di *Mendeley Dekstop* berdasarkan tahun, penulis dan penerbit. Langkah kedua, menggunakan perangkat lunak *VOSviewer* untuk memetakan visualisasi jaringan bibliografi dan hasil tren publikasi ilmiah berdasarkan jumlah kelompok dan elemen. Langkah ketiga yaitu pemetaan topik, metode, temuan dan kesenjangan penelitian berbasis tinjauan literatur.

HASIL ANALISIS

Pemetaan *Study of Bibliometric* melalui *VOSviewer* Penelitian seputar Keputusan Membayar Zakat pada BAZNAS dan LAZ

Berdasarkan pengumpulan data menggunakan *Microsoft Excel* dan *Mendeley Dekstop* dari situs *Google Scholar* dan *software Publish or Perish 8* dapat diketahui bahwa dalam kurun waktu dari tahun 2013 sampai 2022, ada 60 jurnal nasional yang terakreditasi SINTA yang membahas topik tentang keputusan membayar zakat. Hasilnya dirangkum dalam Tabel 2. Hasil penelusuran artikel melalui *Publish or Perish 8* tersebut berikutnya diekspor dalam format RIS, lalu diinput dan dianalisis menggunakan perangkat *VOSviewer*. Hasilnya ditunjukkan pada Gambar 1.

Berdasarkan hasil visualisasi *VOSviewer* tentang peta perkembangan penelitian seputar keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ (Gambar 1), diidentifikasi 10 kluster dan 66 topik pada pemetaan tersebut, yaitu:

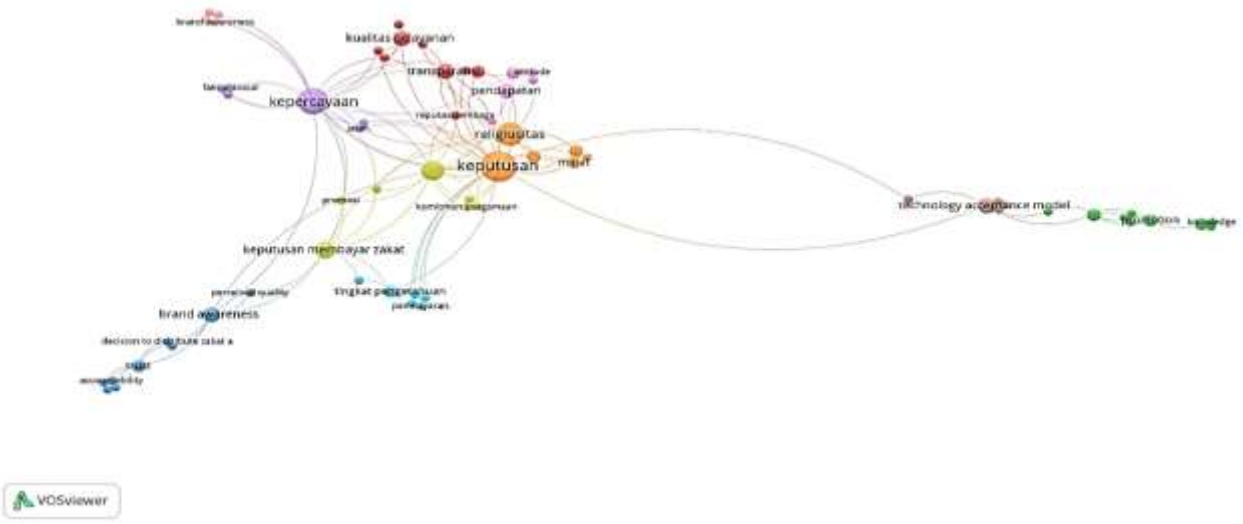
1. Kluster 1 terdiri dari 9 topik, mencakup: Akuntabilitas, *Good Coorporate Governance* (GCG), Kualitas Pelayanan, Metode Pembayaran, Motivasi, Pemahaman, Pengambilan Keputusan, Reputasi Lembaga, dan Transparansi.
2. Kluster 2 terdiri dari 9 topik, mencakup: *Decision*, *Gopay Fintech*, *Knowledge*, *Location*, *Muzakki Preferences*, *Perceptions of Service*, *Promotion*, *Service Quality*, *Trust*, dan *Decision of Muzakki*.
3. Kluster 3 terdiri dari 9 topik, mencakup: *Accountability*, *Brand Awareness*, *Decision to Distribute Zakat and Donations*, *Literacy ZIS*, *Muzakki Decisions*, *Muzakki Interest*, *Perceived Quality*, *Transparency*, dan *Trust*.

Tabel 2. Data Publikasi Jurnal berdasarkan Tahun

Tahun	Jumlah Publikasi	Tahun	Jumlah Publikasi
2013	0	2018	4
2014	1	2019	6
2015	3	2020	7
2016	5	2021	11
2017	4	2022	19

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)



Gambar 1. Hasil Visualisasi Peta Penelitian seputar Keputusan Membayar Zakat
Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

4. Kluster 4 terdiri dari 7 topik, mencakup: Keputusan Membayar Zakat, Komitmen Keagamaan, Lingkungan Sosial, Pengetahuan, Promosi, Sumber Pendapatan, dan Transparansi.
5. Kluster 5 terdiri dari 6 topik, mencakup: Faktor Sosial, Jarak, Kepercayaan, Logistik, Pelayanan, dan Pengetahuan tentang Zakat Profesi.
6. Kluster 6 terdiri dari 6 topik, mencakup: Fasilitas Layanan, Kemudahan Pembayaran, Metode Pembayaran, Potensi Zakat, Sosialisasi, dan Tingkat Pengetahuan.
7. Kluster 7 terdiri dari 6 topik, mencakup: Citra Lembaga, Keputusan, Kualitas Layanan, Minat, Preferensi, dan Religiusitas.
8. Kluster 8 terdiri dari 5 topik, mencakup: *Fintech Gopay*, *Regresi Probit*, *Structural Equation Modelling*, *Technology Acceptance Model*, dan *Theory of Planned Behaviour*.
9. Kluster 9 terdiri dari 5 topik, mencakup: *Attitude*, Kesadaran, Pendapatan, Pengetahuan Zakat, dan *Subjective Norms*.
10. Kluster 10 terdiri dari 4 topik, mencakup: *Brand Awareness*, Kemudahan, Pengaruh Iklan, dan Pengetahuan Teknologi.

Pemetaan *Study of Literature Review* terkait Determinan Keputusan Membayar Zakat pada BAZNAS dan LAZ

Berdasarkan pemetaan *study of literature review* terkait determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ, hasilnya ditampilkan dalam Tabel 3. Berdasarkan kajian literatur jurnal penelitian itu, ditemukan 30 variabel determinan dalam menentukan pembayaran zakat di BAZNAS dan LAZ, yaitu:

1. Akuntabilitas: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat. Semakin tinggi pertanggungjawaban yang diberikan BAZNAS dan LAZ atas suatu kegiatan pengumpulan dan penyaluran zakat yang dilakukan maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
2. GCG (*Good Corporate Governance*): Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif atas keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi sistem tata kelola perusahaan untuk mengatur peran direksi, pemegang saham, dan jenis *stakeholders* lainnya yang terdapat pada BAZNAS dan LAZ maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Tabel 3. Variabel Determinan Keputusan Membayar Zakat di BAZNAS dan LAZ

No.	Variabel	No.	Variabel
1.	Akuntabilitas	16.	Literasi
2.	*Good Corporate Governance* (GCG)	17.	*Perceived Quality*
3.	Kualitas/Fasilitas Pelayanan	18.	Komitmen Keagamaan
4.	Metode Pembayaran	19.	Lingkungan Sosial
5.	Motivasi	20.	Sumber Pendapatan
6.	Pemahaman	21.	Jarak
7.	Citra/Reputasi	22.	Kemudahan Pembayaran
8.	Transparansi	23.	Sosialisasi
9.	Pengetahuan	24.	Minat
10.	Lokasi	25.	Religiusitas
11.	Preferensi	26.	*Attitude*
12.	Persepsi	27.	Kesadaran
13.	Promosi	28.	Pendapatan
14.	Kepercayaan	29.	*Technology Acceptance Model* (TAM)
15.	*Brand Awareness*	30.	*Theory of Planned Behavior* (TPB)

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

3. Kualitas Pelayanan/Fasilitas Pelayanan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana bila BAZNAS dan LAZ dalam hal menyediakan barang atau jasa telah sesuai dengan keinginan *muzakki* baik dengan adanya alat, tempat dan sarpras yang sesuai akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
4. Metode Pembayaran: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana banyaknya cara atau metode yang dapat dilakukan *muzakki* untuk membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat, misalnya melalui *Gopay Fintech*, *e-Wallet*, *OVO*, *DANA*, *LinkAja*, *PayPal*, Kartu Kredit, Transfer Bank dan sebagainya.
5. Motivasi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi dorongan/kecenderungan yang timbul dalam diri *muzakki* secara internal maupun eksternal pada BAZNAS dan LAZ akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
6. Pemahaman: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kemampuan *muzakki* untuk mengerti dan memahami atas sesuatu yang telah diketahui berupa ingatan atau hafalan dari alat inderanya pada BAZNAS dan LAZ maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
7. Citra/Reputasi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kesan atau pandangan publik terhadap BAZNAS dan LAZ maka akan memberikan nama baik atau reputasi baik bagi lembaga filantropi yang juga akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
8. Transparansi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kejujuran atau keterbukaan informasi kepada publik terkait

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

kegiatan pengumpulan dan penyaluran zakat yang telah dilakukan oleh BAZNAS dan LAZ akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.

9. Pengetahuan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi informasi atau kesadaran yang diperoleh melalui pengalaman ataupun pendidikan terkait BAZNAS dan LAZ, maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
10. Lokasi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana suatu BAZNAS dan LAZ yang berlokasi di tempat yang stategis akan memberikan kemudahan bagi *muzakki* untuk mengambil produk atau jasa yang ada sehingga akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
11. Preferensi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif dan negatif ataupun signifikan dan tidak signifikan atas keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kecenderungan untuk memilih BAZNAS dan LAZ yang lebih disukai daripada yang lain, maka dalam hal ini sesuatu dapat disukai dan tidak disukai karena dipengaruhi oleh beberapa faktor akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
12. Persepsi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana dalam kehidupan sehari-hari, setiap *muzakki* akan menerima stimulus atau dorongan berupa peristiwa, objek, informasi, dan lainnya dari lingkungannya, maka proses pemberian makna atau arti tergantung pada *muzakki* tersebut dimana semakin tinggi persepsi terkait BAZNAS dan LAZ maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
13. Promosi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi BAZNAS dan LAZ dalam mengkomunikasikan manfaat suatu produk, maka semakin tinggi pula keputusan *muzakki* untuk membayar zakat sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.
14. Kepercayaan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi transparansi pengelolaan dan pelaporan dana zakat pada BAZNAS dan LAZ, yang berarti semua informasi terbuka untuk semua orang; modernisasi pengelolaan, yang berarti pengelolaan dana zakat menggunakan teknologi informasi; dan publikasi, yang berarti secara teratur mempublikasikan ide, program, dan informasi tentang pengelolaan melalui akun media sosial dan *website* merupakan indikator kepercayaan yang akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
15. *Brand Awareness*: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kemampuan *muzakki* untuk mengenali atau mengingat suatu merek hanya dengan melihat tanda yang menggambarkan identitas merek pada BAZNAS dan LAZ maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
16. Literasi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana literasi menyangkut pengetahuan minimal dasar yang harus dimiliki *muzakki* tentang agamanya akan kewajiban yang harus dijalankan, maka semakin tinggi literasi pada BAZNAS dan LAZ sehingga semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
17. *Perceived Quality*: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana penilaian *muzakki* secara menyeluruh terhadap suatu produk tertentu pada BAZNAS dan LAZ dibandingkan produk lembaga filantropi lainnya, maka semakin tinggi *perceived quality* sehingga semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

18. Komitmen Keagamaan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi kepatuhan *muzakki* dalam keyakinan dan praktik agamanya maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
19. Lingkungan Sosial: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; sehingga dapat dikatakan lingkungan sosial baik dalam lingkup keluarga, rekan kerja, teman dekat, ulama acuan, maupun madzhab yang diikuti *muzakki* akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
20. Sumber Pendapatan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi hasil yang didapatkan *muzakki* dari bekerja atau usaha yang dimiliki berupa upah, gaji, dan laba maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
21. Jarak: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana adanya ruang sela (panjang atau jauh) antara dua benda atau tempat dari BAZNAS dan LAZ juga mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
22. Kemudahan Pembayaran: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana BAZNAS dan LAZ menyediakan berbagai fasilitas pembayaran yang mudah diakses oleh masyarakat, juga dapat mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
23. Sosialisasi: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana BAZNAZ dan LAZ melakukan kegiatan sosialisasi dengan cara penyajian sosialisasi yang mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat, maka juga mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.
24. Minat: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana semakin tinggi dorongan atau keinginan dalam diri *muzakki* pada objek zakat maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
25. Religiusitas: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana adanya aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi oleh para *muzakki* yang meyakininya dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, sehingga semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
26. *Attitude*: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana adanya kecenderungan *muzakki* untuk berperilaku dikarenakan senang atau tidaknya terhadap suatu objek, sehingga semakin tinggi *attitude* maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
27. Kesadaran: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana kesadaran merupakan keinsafan, keadaan mengerti atas hal yang dirasakan atau dialami *muzakki*, sehingga semakin tinggi kesadaran maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
28. Pendapatan: Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana pendapatan sangat mempengaruhi *muzakki* untuk mengeluarkan zakat, karena dapat berpengaruh terhadap besar jumlah zakat yang akan dikeluarkan oleh *muzakki* sehingga semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.
29. TAM (*Technology Acceptance Model*): Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana salah satu model yang dapat digunakan pada BAZNAS dan LAZ untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

sistem, sehingga persepsi manfaat dan persepsi kemudahan akan berpengaruh terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat.

30. TPB (*Theory of Planned Behavior*): Variabel ini diidentifikasi dapat berdampak positif terhadap keputusan membayar zakat; dimana model yang menjelaskan tentang niat berperilaku *muzakki* pada BAZNAS dan LAZ ini terbentuk untuk menentukan intensi perilaku melalui sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, sehingga TPB dapat mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat.

Pembahasan

Penelitian seputar keputusan membayar zakat dari tahun 2013 sampai tahun 2022 belum banyak dilakukan, padahal data potensi zakat di Indonesia sangat besar disebabkan mayoritas penduduknya muslim dan banyak Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang diprakarsai masyarakat. Legalisasi lembaga filantropi diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang dilaksanakan oleh BAZNAS dan LAZ. Tujuannya agar tercipta manajemen zakat dari pengumpulan dan penyaluran zakat harus dilakukan secara sesuai dan tepat sasaran, sehingga dapat mengurangi kemiskinan dan kesejahteraan sosial. Hasil visualisasi peta penelitian seputar keputusan membayar zakat melalui pemetaan *study of bibliometric* menggunakan *VOSviewer* menghasilkan 10 kluster dan 66 topik pada pemetaan tersebut. Detail dari masing-masing kluster dan topik itu adalah sebagai berikut. Rincian pada kluster 1 terdiri dari 9 topik, kluster 2 terdiri dari 9 topik, kluster 3 terdiri dari 9 topik, kluster 4 terdiri dari 7 topik, kluster 5 terdiri dari 6 topik, kluster 6 terdiri dari 6 topik, kluster 7 terdiri dari 6 topik, kluster 8 terdiri dari 5 topik, kluster 9 terdiri dari 5 topik dan kluster 10 terdiri dari 4 topik.



Gambar 2. Hubungan antar Variabel Determinan terhadap Keputusan Membayar Zakat
Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Selanjutnya, berkenaan dengan keputusan membayar zakat, melalui aplikasi *Publish or Perish 8*, teridentifikasi terlihat bahwa religiusitas berbentuk lingkaran yang bulat dan besar serta sangat dekat dengan keputusan, dimana hal itu menunjukkan bahwa telah banyak penelitian yang meneliti terkait pengaruh variabel ini terhadap keputusan membayar zakat dan memiliki hubungan pengaruh yang besar. Di sisi lain, minat berbentuk lingkaran bulat kecil dan dekat dengan keputusan, dimana hal itu menunjukkan bahwa masih sedikit penelitian yang meneliti terkait pengaruh variabel ini terhadap keputusan membayar zakat dan memiliki hubungan pengaruh yang besar. Selain itu, terdapat variabel-variabel reputasi lembaga, komitmen keagamaan dan pendapatan, yang berbentuk lingkaran bulat kecil tetapi berposisi dekat dengan keputusan, sehingga hal ini menunjukkan bahwa masih sedikit penelitian yang meneliti terkait pengaruh dari ketiga variabel ini terhadap keputusan membayar zakat dan memiliki hubungan pengaruh yang besar.

Selanjutnya, terdapat *brand awareness*, kualitas pelayanan, transparansi, *attitude*, faktor sosial atau lingkungan sosial, *perceived quality*, kepercayaan (*trust*), akuntabilitas (*accountability*), metode/kemudahan pembayaran, tingkat pengetahuan dan jarak, yang muncul dengan bentuk lingkaran bulat kecil dan memiliki hubungan yang tidak terlalu jauh dengan keputusan, sehingga hal itu menunjukkan bahwa masih sedikit penelitian yang meneliti terkait pengaruh dari ke sebelas variabel ini terhadap keputusan membayar zakat dan memiliki hubungan pengaruh yang cukup besar. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa variabel-variabel tersebut telah menginterpretasikan adanya tingkat intensitas penelitian yang telah banyak diteliti terkait hubungannya dengan keputusan membayar zakat. Sedangkan TAM, *promotion* dan *knowledge* diperoleh berbentuk lingkaran bulat kecil dan berada sangat jauh dengan keputusan, sehingga hal itu menunjukkan bahwa masih sedikit penelitian yang meneliti terkait pengaruh ketiga variabel ini terhadap keputusan membayar zakat dan memiliki hubungan pengaruh yang kecil. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa beberapa variabel tersebut masih sedikit untuk diteliti terkait hubungannya dengan keputusan membayar zakat. Berdasarkan dari penjelasan ini maka dapat diidentifikasi suatu *novelty* atau kebaruan dalam penelitian ini yang dapat diteliti pada penelitian selanjutnya.

Hasil analisis dari pemetaan *study of literature review* selama tahun 2013 sampai 2022 terkait determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ di bagian sebelumnya menemukan 30 variabel determinan keputusan membayar zakat. *Pertama*, akuntabilitas memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Bolita & Murtani (2021) serta Fikri & Najib (2021). *Kedua*, GCG memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Harahap *et al*. (2022). *Ketiga*, kualitas pelayanan/fasilitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Bolita & Murtani (2021), Harahap *et al*. (2022) serta Kamaruddin *et al*. (2015). *Keempat*, metode pembayaran memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Harahap *et al*. (2022) serta Irhamsyah (2019). *Kelima*, motivasi berpengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian milik Asminar (2017), Omaida & Multifiah (2019), dan Rizkia *et al*. (2014).

Keenam, pemahaman memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Asminar (2017) serta Rizkia *et al*. (2014). *Ketujuh*, citra/reputasi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Sofiyani & Kristiyono (2021) serta Afandi *et al*. (2022). *Kedelapan*, transparansi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat,

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Afandi *et al*. (2022), Asminar (2017), Bolita & Murtani (2021) serta Fikri & Najib (2021). *Kesembilan*, pengetahuan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Adrin & Darna (2022), Afandi *et al*. (2022), Aisyah & Sutejo (2020), Ardiansyah & Idayanti (2022), Asiati (2022), Candra (2021), Darmawan & Arafah (2020), Fazlurrahman (2020), Harahap *et al*. (2022), Hasibuan *et al*. (2021), Omaida & Multifiah (2019), Prasetyo & Muchtasib (2022) serta Wartiani (2020). *Kesepuluh*, lokasi berpengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian milik Darma *et al*. (2017).

Kesebelas, preferensi berpengaruh positif dan negatif ataupun signifikan dan tidak signifikan terhadap keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Darma *et al*. (2017), Fazlurrahman (2020), Kurniawati & Sukma (2015) serta Irhamsyah (2019). *Keduabelas*, persepsi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Darma *et al*. (2017) serta Ichwan & Ghofur (2021). *Ketigabelas*, promosi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Asiati (2022) serta Satria & Ridlwan (2019). *Keempatbelas*, kepercayaan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Adrin & Darna (2022), Aisyah & Sutejo (2020), Anita (2021), Asiati (2022), Elpina & Lubis (2022), Fazlurrahman (2020), Febiana *et al*. (2022), Fikri & Najib (2021), Harahap *et al*. (2022), Hasibuan *et al*. (2021), Khairunnisa *et al*. (2020), Omaida & Multifiah (2019) serta Wartiani (2020). *Kelimabelas*, *brand awareness* memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Adrin & Darna (2022), Fachry *et al*. (2021), Febiana *et al*. (2022) serta Khairunnisa *et al*. (2020).

Keenambelas, literasi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Febiana *et al*. (2022) serta Oktaviani & Fatah (2022). *Ketujuhbelas*, *perceived quality* memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Fachry *et al*. (2021). *Kedelapanbelas*, komitmen keagamaan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Ardiansyah & Idayanti (2022). *Kesembilanbelas*, lingkungan sosial memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Ardiansyah & Idayanti (2022), Tabhina & Ekawaty (2022) serta Wartiani (2020). *Keduapuluh*, sumber pendapatan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Ardiansyah & Idayanti (2022).

Keduapuluhsatu, jarak memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Anita (2021). *Keduapuluhdua*, kemudahan pembayaran memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian milik Prasetyo & Muchtasib (2022). *Keduapuluhtiga*, sosialisasi memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Prasetyo & Muchtasib (2022). *Keduapuluhempat*, minat memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Aristyanto & Edi (2022), Fikri & Najib (2021) serta Sofiyani & Kristiyono (2021). *Keduapuluhlima*, religiusitas memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Afandi *et al*. (2022), Aristyanto & Edi

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

(2022), Arrosyid & Priyojadmiko (2022), Candra (2021), Fazlurrahman (2020), Harahap *et al*. (2022), Hasibuan *et al*. (2021), Sofiyani & Kristiyono (2021) serta Syafitri *et al*. (2021).

Keduapuluhenam, *attitude* memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Arrosyid & Priyojadmiko (2022) serta Candra (2021). *Keduapuluhtujuh*, kesadaran memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Harahap *et al*. (2022). *Keduapuluhdelapan*, pendapatan memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Candra (2021), Harahap *et al*. (2022), Oktaviani & Fatah (2022), Omaida & Multifiah (2019), Rachmawati *et al*. (2022), Syafitri *et al*. (2021) serta Tabhina & Ekawaty (2022). *Keduapuluhsembilan*, TAM memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Ichwan & Ghofur (2021) serta Izzuddin & Rohman (2022). *Ketigapuluh*, TBP memiliki pengaruh positif pada keputusan membayar zakat, dimana pernyataan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian milik Izzuddin & Rohman (2022).

Berdasarkan hasil-hasil analisis yang telah dipaparkan, penelitian ini mengidentifikasi bahwa terdapat empat tipe variabel yang menjadi faktor determinan dari keputusan membayar zakat. Tipe pertama adalah variabel yang memiliki pengaruh sangat besar dan sering diteliti berkaitan dengan keputusan membayar zakat, yaitu variabel religiusitas. Tipe kedua yaitu variabel yang memiliki pengaruh sangat besar tetapi jarang diteliti terkait hubungannya dengan keputusan membayar zakat, yaitu variabel-variabel pendapatan, minat, komitmen keagamaan, serta reputasi lembaga. Tipe ketiga adalah variabel yang memiliki pengaruh cukup besar dan jarang diteliti terkait hubungannya dengan keputusan membayar zakat, yaitu variabel-variabel *attitude*, kualitas pelayanan, *brand awareness*, jarak, pengetahuan, kemudahan pembayaran, akuntabilitas, *trust*, *perceived quality*, faktor sosial, serta transparansi. Tipe keempat yaitu variabel yang memiliki pengaruh kecil dan jarang diteliti terkait hubungannya dengan keputusan membayar zakat, yaitu variabel-variabel *technology acceptance model* (TAM), *promotion*, serta *knowledge*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemetaan jumlah sebaran publikasi jurnal seputar keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ selama 10 tahun mulai dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 yang berasal dari situs *Google Scholar* termasuk jurnal nasional terakreditasi *SINTA*, terdapat 60 artikel jurnal publikasi. Hasil pemetaan *study of bibliometric* menggunakan *VOSviewer* menyatakan gambar visualisasi jaringan seputar keputusan membayar zakat terbagi menjadi 10 kluster dan 66 topik. Selanjutnya, pemetaan *study of literature review* menyatakan terdapat 30 topik sebagai variabel yang berkaitan dengan determinan keputusan membayar zakat pada BAZNAS dan LAZ.

Berdasarkan jumlah sampel data yang terbatas dalam penelitian ini, maka direkomendasikan agar penelitian selanjutnya menggunakan sampel data yang lebih besar untuk menjelaskan pemetaan penelitian yang lebih luas dan untuk menambahkan rentang waktu penelitian yang lebih lama. Tujuan dari penggunaan sampel data yang lebih besar ini adalah untuk mencapai hasil penelitian sebagai berikut: (1) hasil *literature review* dapat dijelaskan dengan lebih baik; serta, (2) hasil yang diharapkan dari analisis pemetaan yang dijalankan dapat menunjukkan tingkat generalisasi dengan lebih luas.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

REFERENSI

Adrin, I., & Darna. (2022). Variabel yang menentukan keputusan masyarakat membayar zakat melalui platform digital Bukalapak. *SNAM (Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*), *3*(2), 1-13. http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5898.

Afandi, A., Fadhillah, A., & Hidayat, N. W. (2022). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, 3*(1), 38-52. https://doi.org/10.24952/jisfim.v3i1.5598.

Aisyah, S., & Sutejo, B. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat di lembaga amil zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit. *Keizai: E-Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, *1*(1), 50-59. http://dx.doi.org/10.56589/keizai.v1i1.151.

Akturk, C. (2021). Artificial intelligence in enterprise resource planning systems: A bibliometric study. *Journal of International Logistics and Trade*, *19*(2), 69-82. https://doi.org/10.24006/JILT.2021.19.2.069.

Al-Bawwab, R. A. (2023). Zakat: Changing the framework of giving. *Islamic Economic Studies*, *30*(2), 1-18. https://doi.org/10.1108/ies-08-2021-0026.

Al Balushi, Y., Locke, S., & Boulanouar, Z. (2019). Determinants of the decision to adopt Islamic finance: Evidence from Oman. *ISRA: International Journal of Islamic Finance*, *11*(1), 6-26. https://doi.org/10.1108/IJIF-02-2018-0020.

Anita, N. H. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam pembayaran zakat melalui lembaga amil zakat (Studi kasus lembaga amil zakat nasional Baitul Maal Hidayatullah Gresik). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(2), 1-15. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7507.

Ardiansyah & Idayanti, R. (2021). Pengaruh pengetahuan keagamaan, lingkungan sosial dan sumber pendapatan terhadap keputusan pembayaran zakat mal dengan komitmen keagamaan sebagai variabel intervening. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, *3*(2), 116-131. http://dx.doi.org/10.33477/eksy.v3i02.3095.

Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2022). Pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap minat dan keputusan masyarakat membayar zakat melalui platform digital pada yayasan pengelola zakat di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, *2*(2), 186 -202. https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.169.

Arrosyid, A., & Priyojadmiko, E. (2022). Analisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dengan religiusitas dan niat sebagai variabel moderasi terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *1*(1), 15–37. https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic/article/view/191.

Asiati, D. I. (2022). Pengaruh promosi terhadap keputusan muzakki membayar zakat dengan kepercayaan dan pengetahuan sebagai variabel intervening di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Sumatera Selatan. *Prima Ekonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *13*(1), 28-39. http://dx.doi.org/10.37330/prima.v13i1.119.

Asminar, A. (2017). Pengaruh pemahaman, transparansi dan peran pemerintah terhadap motivasi dan keputusan membayar zakat pada BAZNAS Kota Binjai. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, *2*(2), 260-281. https://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1222.

Asnaini. (2008). *Zakat produktif dalam perspektif hukum Islam*. Pustaka Pelajar.

Bolita, F., & Murtani, A. (2021). Analisis pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan muzakki membayar zakat pada BAZNAS Sumatera Utara. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, *2*(1), 1-11. http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/1340.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

BPS. (2022). Persentase penduduk miskin Maret 2022 turun menjadi 9,54 persen. *Edisi 15 Juli*. https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html.

Castillo, C. (2022). Is there a theory of supply chain resilience? A bibliometric analysis of the literature. *International Journal of Operations and Production Management*, *43*(1), 22-47. https://doi.org/10.1108/IJOPM-02-2022-0136.

Candra, W. K. S. (2021). Analisis pengaruh pendapatan, religiusitas, pengetahuan zakat, attitude, dan subjective norms terhadap keputusan membayar zakat (Studi kasus pada PNS di wilayah pemerintahan Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(2), 1-15. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7418.

Darma, S., Siregar, S., & Rokan, M. K. (2017). Analisis persepsi muzaki terhadap preferensi dan keputusan memilih lembaga amil zakat (Studi kasus di Kota Medan dan sekitarnya). *J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *2*(1), 1-24. https://doi.org/10.32505/v4i1.1235.

Darmawan, D., & Arafah, S. (2020). Pengaruh tingkat pengetahuan dan fasilitas layanan zakat terhadap keputusan membayar zakat mal pada BAZNAS Kabupaten Langkat. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, *1*(1), 329-342. http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/768.

Dubyna, M., Popelo, O., Kholiavko, N., Zhavoronok, A., Fedyshyn, M., & Yakushko, I. (2022). Mapping the literature on financial behavior: A bibliometric analysis using the VOSviewer program. *WSEAS: Transactions on Business and Economics*, *19*(1), 231-246. https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.22.

Elpina, A., & Lubis, H. (2022). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). *Journal of Sharia and Law*, *1*(1), 35-50. https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/article/view/34.

Fachry, M., Darmawati, Rahmah, F., & Rahmatullah, N. (2021). Pengaruh brand awareness dan perceived quality terhadap keputusan muzakki membayar zakat di lembaga amil zakat Dana Peduli Ummat Kalimantan Timur. *IFEJ: Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, *1*(1), 11-20. https://doi.org/10.21093/bifej.v1i1.3237.

Fazlurrahman, M. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat maal (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Non-Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(1), 1-15. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6983.

Febiana, N., Tandjung, H., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh literasi zakat infaq shadaqah (ZIS), kepercayaan dan brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia (Studi pada mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor pada angkatan 2017-2018). *EL-MAL: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(2), 291-313. https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.806.

Fikri, M. K., & Najib, A. A. (2021). Pengaruh kepercayaan, transparansi dan akuntabilitas terhadap minat dan keputusan muzakki menyalurkan zakat di LAZISNU Kabupaten Banyuwangi. *JPSDA: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, *1*(2), 106-121. https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.890.

Harahap, A. F., Nasution, A. W., & Mahdaleni, D. (2022). Pengaruh pelayanan, good corporate governance, metode pembayaran dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. *Konsep: Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed*, *3*(1), 458-468. https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.907.

Harahap, E. Y., Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2022). Pengaruh pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, religiusitas dan kesadaran terhadap keputusan membayar zakat pertanian (Studi petani di Kecamatan Dolok Kabupaten Padang Lawas Utara). *Konsep: Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed*, *3*(1), 341-349. https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.872.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Hasibuan, S. M., Soemitra, A., & Juliati Nst, Y. S (2021). Analisis keputusan muzakki melaksanakan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten di Sumatera Utara. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*, *3*(2), 153-167. https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v3i2.3475.

Hudaifah, A., Tutuko, B., Abdurrubi P. S., Ishaq, A. A., & Albar, M. (2020). *Sinergi pengelolaan zakat di Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.

Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2021). Pengaruh technology acceptance model terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech Gopay (Studi pada muzakki BAZNAS DKI Jakarta). *Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(1), 40-51. https://doi.org/10.22236/jei.v12i1.4895.

Imtihanah, A. N., & Zulaikha, S. (2019). *Distribusi zakat produktif berbasis model CIBEST*. CV. Gre Publishing.

Irhamsyah, A. (2019). Analisis faktor-faktor preferensi yang mempengaruhi keputusan metode pembayaran zakat bagi muzakki di era digital (Studi pada dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *8*(1), 1-16. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6157.

Izzuddin, F. F., & Rohman, I. K. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna media sosial membayar zakat infak sedekah non tunai. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, *5*(2), 540-550. https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).11250.

JDIH BPK. (2011). *Undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat*. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39267/uu-no-23-tahun-2011.

Kamaruddin, A. M., Hasid, Z., & Yuningsih, I. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berzakat profesi dan loyalitas muzzaki terhadap LAZ Rumah Zakat Kota Samarinda. *Jurnal Eksekutif*, *12*(2), 284-299. http://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/97.

Kaufmann, K., Bork-Hüffer, T., Gudowsky, N., Rauhala, M., & Rutzinger, M. (2021). Ethical challenges of researching emergent socio-material-technological phenomena: Insights from an interdisciplinary mixed-methods project using mobile eye-tracking. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, *19*(3), 391-408. https://doi.org/10.1108/JICES-01-2021-0007.

Khairuddin. (2022). *Zakat dalam Islam (Menelisik aspek historis, sosiologis, dan yuridis)*. Kencana Prenada Media Group.

Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh brand awareness dan kepercayaan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(2), 284-293. http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761.

Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi perilaku dan religiusitas generasi millenials terhadap keputusan pembayaran zis melalui platform digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *7*(2), 15–22. https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134.

Kurniawati, N., & Sukma, A. (2015). Preferensi masyarakat Kabupaten Sukabumi dalam pengambilan keputusan membayar zakat. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, *1*(2), 91-112. https://doi.org/10.30997/jsei.v1i2.268.

Oktaviani, S. A., & Fatah, D. A. (2022). Analisis pengaruh literasi zakat, pendapatan dan altruisme terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat profesi melalui lembaga zakat dengan transparansi sebagai variabel moderating. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, *9*(2), 1670-1679. https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/acc/article/view/4689.

Omaida, R. R., & Multifiah. (2019). Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam menunaikan zakat maal melalui BAZNAS/LAZ (Studi pada rumah tangga muslim di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *8*(1), 1-16. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6156.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Prasetyo, F. I., & Muchtasib, A. B. (2022). Pengaruh sosialisasi, kemudahan pembayaran dan tingkat pengetahuan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat di BAZNAS (BAZIS) DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, *3*(2), 1-12. http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5706.

PUSKAS BAZNAS. (2020). *Outlook zakat nasional 2020*. Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional. https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020.

Rachmawati, S. K., Lutfillah, N. Q., & Ernawati, W. D. (2022). Apakah profitabilitas dan ukuran perusahaan berperan menentukan keputusan pembayaran zakat?. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi Islam*, *7*(1), 23-32. https://doi.org/10.34202/imanensi.7.1.2022.23-32.

Rizkia, R., Arfan, M., & Shabri, M. (2014). Pengaruh faktor budaya, motivasi, regulasi dan pemahaman tentang zakat terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat maal (Studi para muzakki di Kota Sabang). *JTRA: Jurnal Telaah Riset Akuntansi*, *7*(1), 29-38. https://jurnal.unsyiah.ac.id/TRA/article/view/10132.

Rostami, E., Karlsson, F., & Kolkowska, E. (2020). The hunt for computerized support in information security policy management: A literature review. *Information and Computer Security*, *28*(2), 215-259. https://doi.org/10.1108/ICS-07-2019-0079.

Roza, N. (2023). Pengaruh religiusitas dan peran pemerintah terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). *Al-Hisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, *3*(1), 40-52. https://doi.org/10.57113/his.v3i1.217.

Santoso, S., & Agustino, R. (2018). *Zakat sebagai ketahanan nasional*. Deepublish.

Sari, E. K. (2006). *Pengantar hukum zakat dan wakaf*. PT. Grasindo.

Sari, F. (2018). *Metode dalam pengambilan keputusan*. Deepublish.

Satria, N. P., & Ridlwan, A. A. (2019). Pengaruh kualitas layanan Islami dan promosi Islami terhadap keputusan donatur membayar zakat, infaq, dan sedekah pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, *2*(3), 64-71. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/29390.

Sawmar, A. A., & Mohammed, M. O. (2021). Enhancing zakat compliance through good governance: A conceptual framework. *ISRA: International Journal of Islamic Finance*, *13*(1), 136-154. https://doi.org/10.1108/ijif-10-2018-0116.

Sofiyani, I., & Kristiyono, A. (2021). Analisis pengaruh citra lembaga, kualitas layanan dan religiusitas terhadap keputusan muzaki membayar zakat dengan minat sebagai variabel moderating. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *4*(1), 74-81. https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.284.

Syafitri, O. Y., Wildan, N., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat religiusitas dan pendapatan: analisis pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq dan shadaqah. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 34-40. http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915.

Tabhina, R. K., & Ekawaty, M. (2022). Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan menunaikan zakat profesi (Studi kasus pada generasi milenial Kota Tangerang). *IEFF: Islamic Economics and Finance in Focus*, *1*(4), 287-298. https://ieff.ub.ac.id/index.php/ieff/article/view/41.

Ur Rehman, A., Aslam, E., & Iqbal, A. (2021). Factors influencing the intention to give zakāt on employment income: Evidence from the Kingdom of Saudi Arabia. *Islamic Economic Studies*, *29*(1), 33-49. https://doi.org/10.1108/ies-05-2020-0017.

Wartiani, E. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki aparatur sipil negara (ASN) dalam membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *8*(2), 1-16. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6821.