



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.24057>
Volume 9, No. 4, 2024 (3021-3035)

PENGARUH KEPERCAYAAN, PENDAPATAN, DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT (STUDI KASUS PADA BAZNAS KABUPATEN SERANG)

Fathul Aziz Almaulidi¹, Moh. Mukhsin², Mohamad Ainun Najib³

^{1,2,3}. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

5554200018@untirta.ac.id, moh.mukhsin@untirta.ac.id, ainun.najib@untirta.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of trust, income, and social media on people's interest in paying zakat at Baznas Serang Regency partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach. Primary data, consisting of 100 respondents, were analyzed by multiple linear regression using the SPSS 29 program. The results of the multiple linear test showed that the trust variable affects interest in paying with a beta value of 0.384, while income affects interest in paying with a beta value of 0.297, and the social media variable does not affect interest in paying with a beta value of 0.140.

Keywords: Trust, income, social media and interest in paying zakat

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan sosial media terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer, yang terdiri dari 100 responden, dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 29. Hasil uji linier berganda menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi minat membayar dengan nilai beta 0,384, sedangkan pendapatan mempengaruhi minat membayar dengan nilai beta 0,297, dan variabel sosial media tidak mempengaruhi minat membayar dengan nilai beta 0,140.

Kata kunci: Kepercayaan, pendapatan, social media dan minat membayar zakat

1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara mayoritas muslim terbesar di dunia. Pada tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah umat islam di Indonesia sebanyak 237.558.000 juta umat jiwa., jumlah ini mencapai 86,7 persen penduduk Indonesia dan 13 persen umat Islam dunia (Rizaty, 2022). Sebagai negara berkembang tidak dapat dinegasikan bahwa Indonesia masih memiliki masalah pada sektor ekonomi. Permasalahan dari sektor ekonomi ini memiliki dampak sangat negatif bagi kehidupan di masyarakat contohnya seperti, kemiskinan dan pengangguran, yang dimana keduanya seringkali menimbulkan masalah baru yaitu tindakan criminal (Sumaningrum & Fithria, 2023).

Ada satu pilar dalam rukun islam yang di khususkan untuk membantu sesama muslim, mengetaskan kemiskinan dan dapat menjadi solusi yang konkrit, pilar tersebut ialah Zakat. Sudah menjadi kewajiban bagi semua pemeluk agama Islam yang hartanya sudah memenuhi nisab untuk mengeluarkan zakat sebagai penyuci harta mereka.. Zakat merupakan kewajiban bagi seorang Muslim atau Muslimah, yang memiliki harta yang telah mencapai nisab (batas bawah) membayar zakat (Widiyatsari & Sidabalok, 2022).

Indonesia memiliki potensi menerima zakat yang sangat besar yaitu sebesar 327 triliun rupiah, namun sayangnya potensi besar tersebut tidak disertai dengan penghimpunan zakat yang besar (Kemenag, 2023). Pada tahun 2022 potensi zakat yang dimiliki Indonesia dengan jumlah penduduk muslim sebesar 237, 56 juta jiwa atau setara dengan 86,7 persen dari total penduduk Indonesia yang memiliki potensi zakat sebesar 327 triliun.. Namun sayangnya dana zakat yang terkumpul hanya sebesar Rp21,3 triliun, artinya dana zakat yang terkumpul masih dibawah 10% dan masih jauh dari potensi zakat yang ada (Malik & Syafaruddin, 2023).

Kabupaten Serang memiliki potensi penghimpunan dan pendistribusian zakat yang sangat besar. Hal ini tergambar dari total penduduk yang memeluk agama islam pada tahun 2022 yang mencapai angka 1,65 juta jiwa atau setara dengan 99,14% dari populasi masyarakat kabupaten Serang (Databoks, 2022).

Wakil bupati Serang, Pandji Tirtayasa menyebut dalam acara bakti social dalam rangka milad Baznas yang ke- XXII, ia menjelaskan bahwa kabupaten Serang memiliki potensi zakat sebesar Rp. 1 Triliun rupiah pertahunnya (Hasanudin, 2022). Namun, sayangnya pengumpulan zakat di Baznas Kabupaten Serang belum dibarengi dengan potensi zakat yang ada. Berikut merupakan capaian Baznas Kabupaten Serang dalam menghimpun dana zakat pada tahun 2020-2022:

Tabel 1. Data Pengumpulan Dana Zakat Di Baznas Kabupaten Serang

No.	Tahun	Total Pengumpulan Dana Zakat
1.	2020	Rp. 11.383.210.778
2.	2021	Rp. 16.573.910.549
3.	2022	Rp. 22.227.904.725

(Sumber: Laporan Keuangan BAZNAS Kabupaten Serang 2020-2022)

Berdasarkan tabel 1. diatas menunjukkan bahwa dalam 3 tahun kebelakang sejak 2020–2022 terjadi peningkatan dalam pengumpulan dana zakat yang cukup signifikan, namun sayangnya hal itu masih sangat jauh dari potensi zakat di kabupaten serang yang mencapai Rp. 1 Triliun Rupiah (Hasanudin, 2022). Hal ini juga sesuai dengan Pra-Survey yang dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat kabupaten serang.

Minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan apa pun yang diperlukan untuk memenuhi keinginan mereka (Tumanggor et al., 2022). Beberapa faktor yang membuat rendahnya penghimpunan zakat dan rendahnya minat masyarakat dalam berzakat disebabkan oleh faktor kepercayaan dan pendapatan. Kesadaran masyarakat untuk membayar zakat yang rendah, lembaga pengelola zakat yang kurang transparan, yang menurunkan kepercayaan masyarakat, dan kebiasaan masyarakat untuk membayar zakat secara langsung (Safitri & Suryaningsih, 2022).

Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Hasil penelitian (Nizar, 2021) menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Selain kepercayaan, pendapatan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat dalam berzakat. Berdasarkan hasil penelintian (Akram, 2023) bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat dengan nilai sig $0,048 < 0,05$.

Adapun Novelty pada penelitian ini yaitu penambahan variable Konten Di Social Media. Media sosial adalah platform media yang mengutamakan keberadaan pengguna dan mendorong mereka untuk berkolaborasi dan beraktivitas (Sahrul, 2021). Lembaga amil zakat harus menggunakan media sosial, jenis hubungan publik, untuk mengelola informasi, melakukan analisis, dan mengantisipasi persepsi publik tentang zakat (Romadhon & Nawawi, 2022).

2. Kajian Pustaka



2.1 Kepercayaan (X1)

Kepercayaan adalah dasar bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah bagian penting dari membangun loyalitas pelanggan. Untuk diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, kepercayaan harus dibangun dari awal dan dibuktikan (Mukhsin, 2017).

2.2 Pendapatan (X2)

Pendapatan adalah tambahan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat tetap. Pada dasarnya pendapatan merupakan timbal balik yang diterima pemilik faktor produksi atas hasil kerjanya dalam proses produksi. Masing-masing faktor produksi akan memperoleh balas jasa berupa gaji atau upah dan profesional yang memiliki keahlian tertentu akan memperoleh balas jasa dalam bentuk laba (Mash 'Amah et al., 2023).

2.3 Social Media (X3)

Media, dengan segala kelebihanannya, telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Dengan perkembangan zaman, berbagai jenis media muncul, salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah jenis media di internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk hubungan sosial virtual dengan orang lain (Sahrul, 2021).

2.4 Minat Membayar Zakat (Y)

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Jika seseorang memiliki minat terhadap sesuatu, mereka memiliki potensi untuk sukses di bidang tersebut karena minat akan melahirkan energi yang luar biasa untuk berjuang untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan (Prasetyo et al., 2021).

3. Metode Penelitian (bold 12 pt)

Penelitian ini dilakukan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Dua variabel independen dalam penelitian ini: Kepercayaan, pendapatan dan social media adalah variabel dependen, dan minat membayar zakat adalah variabel dependen. Studi ini menggunakan random sampling. Sampelnya terdiri dari 100 orang yang disurvei, yang dihitung dengan rumus Slovin. Penelitian ini melakukan analisis inferensial dengan menggunakan program SPSS 29.

4. Hasil dan Pembahasan (bold 12 pt)

Uji Validitas



Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kepercayaan)

Analisis ini bermanfaat untuk menentukan hubungan antara butir pernyataan dalam variabel Kepercayaan (X1). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel kepercayaan (x1)

Pernyataan	r hiung	Estimasi	r tabel	Keterangan
P1	0,854	>	0,197	Valid
P2	0,864	>	0,197	Valid
P3	0,879	>	0,197	Valid
P4	0,886	>	0,197	Valid
P5	0,907	>	0,197	Valid
P6	0,881	>	0,197	Valid
P7	0,891	>	0,197	Valid

Sumber: Output SPSS 29 (diolah)

Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X2)

Analisis ini bermanfaat untuk menentukan hubungan antara butir pernyataan dalam variabel Pendapatan (X2). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X2)

Pernyataan	r hitung	Estimasi	r tabel	Keterangan
P1	0,721	>	0,197	Valid
P2	0,823	>	0,197	Valid
P3	0,899	>	0,197	Valid
P4	0,885	>	01,97	Valid

Sumber: Output SPSS 29 (diolah)

Hasil Uji Validitas Variabel Social Media (X3)

Analisis ini bermanfaat untuk menentukan hubungan antara butir pernyataan dalam variabel Social Media (X3). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Social Media (X3)

Pernyataan	r hitung	Estimasi	r tabel	Keterangan
------------	----------	----------	---------	------------

P1	0,883	>	0,197	Valid
P2	0,914	>	0,197	Valid
P3	0,932	>	0,197	Valid
P4	0,909	>	0,197	Valid

Sumber: Output SPSS 29 (diolah)

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Membayar Zakat (Y)

Analisis ini bermanfaat untuk menentukan hubungan antara butir pernyataan dalam variabel Minat Membayar Zakat (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Membayar Zakat (Y)

Pernyataan	r hitung	Estimasi	r tabel	Keterangan
P1	0,939	>	0,197	Valid
P2	0,943	>	0,197	Valid
P3	0,895	>	0,197	Valid

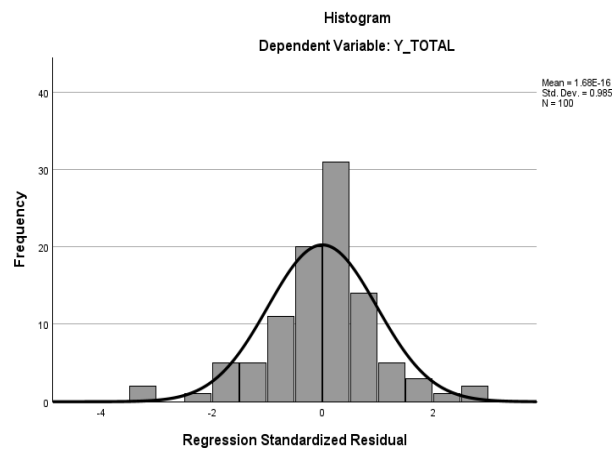
Sumber: Output SPSS 29 (diolah)

Uji Asumsi Klasik

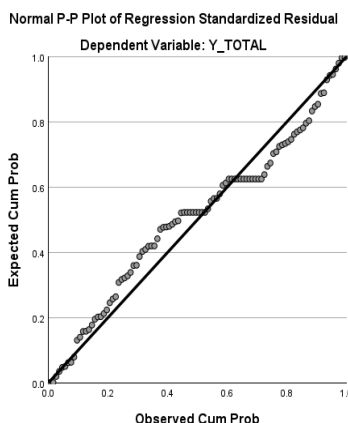
Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas, kedua grafik histogram dan p-plot diamati. Jika grafik histogram menunjukkan lonceng seimbang dan titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka data dianggap terdistribusi normal (Jusmansyah, 2020). Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Gambar 1. Grafik Histogram



Gambar 2. Grafik P-Plot



Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwasanya variabel kepercayaan, pendapatan, social media dan minat membayar zakat pada penelitian ini terdistribusi normal, hal ini dikarenakan grafik histogram membentuk lonceng, serta pada grafik P-Plot titik-titik datanya tersebar di sekitar garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

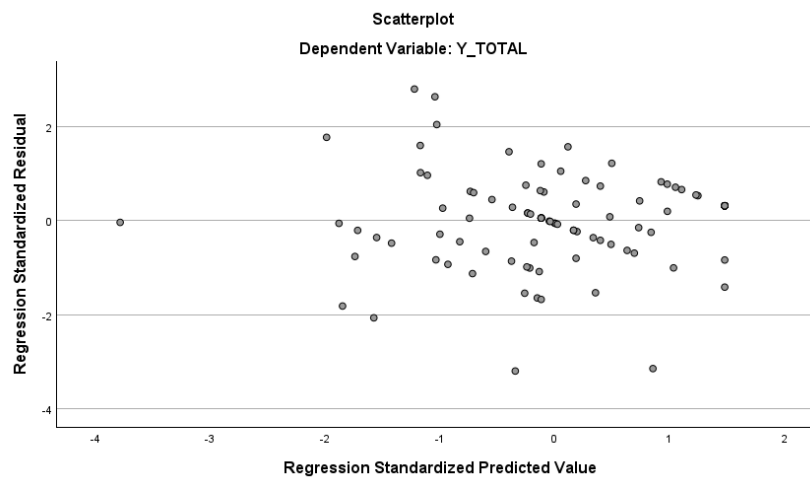
	Model	Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepercayaan	.536	1.864
	Pendapatan	.763	1.311
	Social Media	.575	1.739

Sumber: Output SPSS 29 (diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada diatas, menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variable (X1) sebesar 0,536 dan varabel (X2) sebesar 0,763. Serta untuk variable (X3) sebesar 0,575. Hasil tolerance tersebut, menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1, maka tidak ada korelasi antar variabel bebas (independen) yang artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sementara itu, hasil dari nilai VIF pada variabel (X1) sebesar 1,864, variabel (X2) sebesar 1,311 dan variabel (X3) sebesar 1,739, yang mana hasil nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Maka, dapat disimpulkan pada peneltitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas memperlihatkan bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan penyebaran titik-titikdata tidak me bentuk suatu pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regreesi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Sumber: Hasil SPSS Versi 29 (2024)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.719	1.185		1.450	.150
	Kepercayaan	.186	.049	.384	3.773	<.001
	Pendapatan	.199	.057	.297	3.479	<.001
	Social Media	.112	.079	.140	1.422	.158

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Sumber: Output SPSS Versi 29 (2024)

Adapun Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

- Konstanta (a) sebesar 1,719
- Apabila Kepercayaan mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) maka nilai minat membayar mengalami kenaikan sebesar 0,186 (18,6%).
- Apabila nilai pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) maka nilai minat membayar mengalami kenaikan sebesar 0,199
- Apabila nilai pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) maka nilai minat membayar mengalami kenaikan sebesar 0,112

Uji Hipotesis

Uji t

Pada tingkat signifikan 0,05, uji ini bertujuan untuk menentukan apakah ada atau tidak pengaruh parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Larasati 2017). Apabila T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Namun, jika T_{hitung} kurang dari T_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. H_a diterima apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$. Adapun hasil Uji T pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.719	1.185		1.450	.150		
	Kepercayaan	.186	.049	.384	3.773	<.001	.536	1.864
	Pendapatan	.199	.057	.297	3.479	<.001	.763	1.311
	Social Media	.112	.079	.140	1.422	.158	.575	1.739

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Sumber: Output SPSS Versi 29 (diolah)

a. Hasil Uji T Variabel Kepercayaan (X1)

Menurut tabel uji t diatas, variabel kepercayaan memiliki nilai t hitung 3,773 > t tabel 1,985, sehingga dapat dipastikan H1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X1) berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat.

b. Hasil Uji T Variabel Pendapatan (X2)

Menurut tabel uji t diatas, variabel pendapatan memiliki nilai t hitung 3,479 > t tabel 1,985, sehingga dapat dipastikan H2 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan (X2) berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat.

c. Hasil Uji T Variabel Social Media (X3)

Menurut tabel uji t diatas, variabel social media memiliki nilai t hitung 1,422 < t tabel 1,985, sehingga dapat dipastikan H3 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel social media (X3) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.409	3	83.803	27.859	<.001 ^b
	Residual	288.781	96	3.008		
	Total	540.190	99			
a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat						
b. Predictors: (Constant), Social Media, Pendapatan, Kepercayaan						

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 29 (diolah)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan diketahui nilai dari F hitung sebesar 27,859 > 2,70, oleh karena itu dapat disimpulkan

bahwa terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 secara serempak terhadap Y. Artinya variabel kepercayaan, pendapatan, dan social media secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat di Baznas Kabupaten Serang.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.449	1.734
a. Predictors: (Constant), Social Media, Pendapatan, Kepercayaan				

Sumber: Output SPSS Versi 29 (diolah)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,682, oleh karena itu dapat diartikan bahwa variabel X1, X2, dan X3 dengan serempak mempengaruhi variabel Y. Yang berarti bahwa kontribusi variabel bebas hanya mampu menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat sebesar 68,2%, sedangkan untuk sisanya sebesar 21,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Ini dapat dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien regresi sebesar 0,186, kemudian memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan memperoleh nilai t tabel sebesar $3,773 > t$ hitung sebesar 1,985. Maka berarti variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.

Hasil penelitian ini selaras dengan Hasil penelitian (Nizar, 2021) menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat. Dan juga selaras dengan penelitian (Akram, 2023) yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Ini dapat dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien regresi sebesar 0,199, kemudian memperoleh nilai signifikansi sebesar

0,001 < 0,05 dan memperoleh nilai t tabel sebesar 3,479 > t hitung sebesar 1,985. Maka berarti variabel pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Akram, 2023) bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Dan juga selaras dengan penelitian (Satrio & Siswantoro, 2016) Variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

Pengaruh Social Media Terhadap Minat Membayar Zakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Social Media tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat. Ini dapat dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi variabel social media sebesar 0,158 > 0,05 dan nilai t tabel sebesar 1,422 < t hitung sebesar 1,985. Maka berarti variabel social media secara parsial tidak berpengaruh terhadap terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Antonio et al., 2020) bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Pengaruh Kepercayaan, Pendapatan, dan Social Media Terhadap Minat Membayar Zakat

Hasil penelitian melalui hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, pendapatan, dan social media secara bersama-sama (simultan) terjadi pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Hal ini dibuktikan dengan melihat hasil uji F yang telah dilakukan bahwa nilai signifikansi F sebesar 0,001 < 0,05 dan diketahui nilai dari F hitung sebesar 27,859 > 2,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan, pendapatan, dan social media secara serempak berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.

Hal ini selaras dengan penelitian (Satrio & Siswantoro, 2016) yang menyatakan bahwa pendapatan, kepercayaan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat resmi yang tersedia. Kemudian hal ini juga selaras dengan penelitian (Fahad, 2019) bahwa Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan terhadap minat membayar zakat māl di Kabupaten Bojonegoro.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan diatas mengenai pengaruh kepercayaan, pendapatan dan social media terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat (Studi kasus pada Baznas Kabupaten Serang), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.
2. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.
3. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel social media tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.
4. Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, pendapatan dan social media secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Kabupaten Serang.

Meskipun peneliti telah berusaha menyusun penelitian ini dengan sebaik mungkin, namun peneliti dengan segala kerendahan hati menyadari pasti akan ada kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang diberikan penulis sebagai berikut:

1. Kepada pihak Baznas Kabupaten Serang, agar kedepannya dapat melakukan transparansi anggaran setiap tahunnya atau bahkan setiap bulannya melalui website remi dana kun social media resmi, agar para muzakki dan bakal muzakki dapat merasa yakin bahwa uang mereka dikelola dengan sebaik mungkin.
2. Kepada pihak Baznas Kabupaten Serang, diharapkan lebih gencar lagi dalam mengadakan penyuluhan dan sosialisasi tentang zakat agar masyarakat luas lebih peduli akan pentingnya zakat.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah variabel yang belum pernah diteliti sebelumnya dan meningkatkan jumlah sampel. Selain itu, peneliti juga dapat mempertimbangkan kualitas jurnal yang akan dijadikan referensi agar tercipta hasil penelitian yang berkualitas.

5. Daftar Pustaka

- Akram. (2023). PENGARUH KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERZAKAT MELALUI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN LUWU UTARA. *INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO*.
- Antonio, M. S., Laela, S. F., & Al Ghifari, D. M. (2020). Optimizing Zakat Collection in the Digital Era: Muzakki's perception. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 235–254.

- Any Widiyatsari, & Supriani Sidabalok. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat Pendapatan Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Niara*, 15(2), 263–269.
- Databoks. (2022). *Porsi Pemeluk Islam Kabupaten Pandeglang Tertinggi se-Banten*.
- Fahad, M. A. (2019). Pengaruh kepercayaan terhadap baznas, pendapatan dan pengetahuan zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat mal di kabupaten bojonegoro. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Hasanudin, D. (2022). *Wabup Serang Sebut Potensi Zakat Kabupaten Serang Capai Rp1 Triliun, Begini Perhitungannya*.
- Kemenag. (2023). *Potensi Mencapai 327 T, Ini Tiga Fokus Kemenag dalam Pengembangan Zakat*.
- Malik, Z. A., & Syafaruddin, M. (2023). Pengelolaan Dana Zakat dalam Bentuk Beasiswa Pendidikan dengan Syarat Perekrutan Tenaga Kerja Pada Lembaga Amil Zakat (Laz Sukoharjo). *Journal on Education*, 5(2), 4235–4247.
- Mash 'Amah, F., Setyawan, S., & Nilasari, T. P. (2023). Pengaruh Pendapatan, Kesadaran Dan Pengetahuan Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Membayar Zakat Profesi Melalui BAZNAS Dengan Faktor Umur Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntansiku*, 2(4), 193–202.
- Muhamad Jusmansyah. (2020). Analisis Pengaruh current ratio, debt to equity ratio, total asset turn over, dan return on equity terhadap harga saham. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 179–198.
- Mukhsin, M. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN DAMPAKNYA PADA KINERJA RANTAI PASOKAN (Studi Kasus Produksi dan Distribusi Dedak pada PD Sederhana). *Jurnal Manajemen*, 21(3), 454.
- Nizar, M. N. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT DI BAITUL MAL ACEH Disusun*. 1–119.
- Prasetyo, C. D., Suja'i, I. S., & Asrori, M. A. R. (2021). Pengaruh Gaya Belajar, Minat Belajar, dan Fasilitas Belajar Terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Siswa Kelas V SD Negeri 1 Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 5744–5752.
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*.
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Economic Reviews Journal. *Economic Reviews Journal*, 1(1), 96–108.
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188–201.
- Sahrul. (2021). UPAYA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT MAL (STUDI KASUS

- BAZNAS KOTA PAREPARE). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(February), 2021.
- Satrio, E., & Siswanto, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan , Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1–22.
- Sumaningrum, P. D., & Fithria, A. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat di BAZNAS Banjarnegara. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 1–20.
- Tumanggor, A., Rajagukguk, M., & Purba, A. (2022). Hubungan Sistem Pembelajaran Daring Dengan Minat Belajar Siswa Kelas Viii Di Smp N 26 Medan. 4(1), 1–10.