

Faktor Penentu Kecenderungan *Muzakki* Membayar Zakat melalui Institusi Zakat: Suatu Kajian Konseptual

BITARA

Volume 8, Issue 3, 2025: 222-235
© The Author(s) 2025
e-ISSN: 2600-9080
<http://www.bitarajournal.com>
Received: 18 July 2025
Accepted: 18 August 2025
Published: 5 September 2025

[Determinants of *Muzakki*'s Inclination to Pay Zakat Through Official Institutions: A Conceptual Study]

Fathullah Asni¹ & Muhammad Hamizan Mustafa Kamal¹

1 Bahagian Pengajian Islam, Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan, Universiti Sains Malaysia, 11700 Gelugor, Pulau Pinang, MALAYSIA
E-mail: fathullah@usm.my; hamizan_98@student.usm.my

*Corresponding Author: fathullah@usm.my

Abstrak

Artikel ini bertujuan membina satu kerangka konseptual yang komprehensif berkaitan faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan *muzakki* (pembayar zakat) membayar zakat melalui institusi rasmi. Walaupun kewujudan institusi zakat yang diiktiraf secara perundangan telah diperkuatkan dengan dasar pentadbiran dan fatwa-fatwa semasa, realitinya masih ramai *muzakki* memilih untuk menunaikan zakat secara terus kepada *asnaf* tanpa melalui saluran institusi. Fenomena ini menimbulkan persoalan penting berkenaan tahap kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat serta keberkesanan sistem pengurusan zakat yang sedia ada. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif konseptual melalui sorotan literatur terdahulu yang merangkumi artikel jurnal akademik, laporan institusi dan prosiding berkaitan isu pengurusan zakat dan tingkah laku *muzakki*. Hasil sintesis tematik mengenal pasti sebelas faktor utama yang mempengaruhi keputusan *muzakki*, antaranya kepercayaan dan kredibiliti institusi, keagamaan dan keimanan, pengetahuan zakat, kualiti perkhidmatan, pendapatan, kesedaran jenama, pengaruh sosial, sikap membantu, tadbir urus, kemajuan teknologi, dan pendidikan. Kajian ini mencadangkan satu kerangka konseptual yang menggabungkan faktor psikososial, *institutional* dan teknologi dalam menganalisis kecenderungan *muzakki*. Dapatan ini memberi implikasi penting kepada institusi zakat, khususnya dalam merangka strategi komunikasi, pendekatan digital dan reformasi tadbir urus yang lebih efektif untuk meningkatkan tahap kepatuhan zakat melalui saluran rasmi. Kerangka ini juga membuka ruang untuk kajian empirikal lanjut bagi mengesahkan hubungan antara pemboleh ubah yang dikenal pasti.

Kata kunci: muzakki, zakat, institusi zakat, kecenderungan pembayaran, pengurusan zakat

Abstract

This article aims to construct a comprehensive conceptual framework concerning the determinants that influence muzakki's (zakat payers') inclination to pay zakat through formal institutions. Despite the existence of legally recognized zakat institutions that are reinforced by administrative policies and contemporary fatwas, many muzakki still prefer to distribute zakat directly to recipients (*asnaf*) without engaging official channels. This phenomenon raises critical questions regarding public trust in zakat institutions and the effectiveness of current zakat management systems. This study adopts a qualitative conceptual approach through an extensive review of previous literature, including academic journal articles, institutional reports, and conference proceedings related to zakat administration and muzakki behavior. Thematic synthesis reveals eleven key determinants that influence zakat payment decisions: institutional trust and credibility, religiosity and faith, zakat

literacy, service quality, income level, brand awareness, social influence, altruistic behavior, governance framework, technological advancement, and education. The study proposes a conceptual model that integrates psychosocial, institutional, and technological factors in analyzing muzakki's behavioral tendencies. These findings carry important implications for zakat institutions, especially in designing communication strategies, digital engagement, and governance reforms aimed at enhancing zakat compliance through official channels. This framework also provides a foundational basis for future empirical studies to validate the identified variables and their interrelationships.

Keywords: muzakki, zakat, zakat institution, payment inclination, zakat management.



This is an open-access article under the CC-BY 4.0 license

Cite This Article:

Fathullah Asni & Muhammad Hamizan Mustafa Kamal. (2025). Faktor Penentu Kecenderungan Muzakki Membayar Zakat melalui Institusi Zakat: Suatu Kajian Konseptual [Determinants of Muzakki's Inclination to Pay Zakat Through Official Institutions: A Conceptual Study]. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* 8(3): 222-235.

Pengenalan

Sejak zaman pemerintahan awal Islam, pelaksanaan zakat telah dijalankan secara sistematik melalui pentadbiran yang berpusat di bawah kuasa pemerintah Islam atau *ulil amri*. Institusi ini bertanggungjawab dalam pengumpulan dan pengagihan zakat kepada golongan *asnaf* yang berhak menerimanya, berdasarkan ketetapan al-Quran dan sunnah. Peranan ini berterusan sepanjang sejarah pemerintahan Islam, termasuk dalam era Khulafa' al-Rasyidin, dinasti Umayyah dan Abbasiyyah, serta kerajaan-kerajaan Islam lain seperti Uthmaniyyah dan Kesultanan Melayu (Kahf, 1999).

Dalam konteks semasa, hampir kesemua negara Islam atau negara majoriti Muslim mempunyai agensi atau institusi khas yang ditubuhkan secara rasmi bagi mengurus kutipan dan agihan zakat. Walaupun struktur dan namanya berbeza mengikut negara, prinsip asasnya tetap selari dengan tuntutan syariah, iaitu zakat hendaklah diurus oleh pihak berautoriti bagi menjamin ketelusan, kesaksamaan dan kecekapan dalam pengurusannya (Sapingi, 2020). Di Malaysia, institusi zakat ditadbir secara rasmi oleh Majlis Agama Islam Negeri (MAIN), selaras dengan kedudukan Islam sebagai agama Persekutuan sebagaimana termaktub dalam Perlembagaan. Pelaksanaan sistem zakat berinstitusi ini diperkuatkan dengan pelbagai instrumen perundangan, dasar pentadbiran dan fatwa (Asni, 2021).

Pandangan *furqaha* klasik dan kontemporari termasuk fatwa-fatwa semasa menyatakan bahawa zakat seharusnya diserahkan kepada pemerintah atau wakilnya, iaitu *ulil amri* yang mempunyai kuasa untuk mengurus dan mengagihkannya secara sistematik kepada golongan *asnaf*. Pendekatan ini bertujuan memastikan dana zakat dapat dilaksanakan dengan efisien, adil dan menyeluruh. Justeru, kewujudan institusi zakat yang sah di sisi undang-undang bertujuan memelihara *maqasid* zakat serta menjamin ketelusan dan kebertanggungjawaban dalam pengurusan dana zakat. Namun demikian, kepatuhan kepada saluran rasmi ini masih belum menyeluruh dalam kalangan masyarakat Islam (Bhari dan Abdullah, 2016).

Realitinya, masih ramai *muzakki* memilih untuk membayar zakat secara langsung kepada individu atau kumpulan yang disangka sebagai *asnaf* tanpa melalui institusi zakat rasmi. Tindakan ini walaupun mungkin didorong oleh niat yang baik, telah menimbulkan isu ketidakcekapan dari segi pengumpulan dan pengagihan zakat secara sistematik. Situasi ini bukan sahaja menjejaskan jumlah kutipan zakat, malah berpotensi menyebabkan ketidakseimbangan dalam agihan serta membantutkan usaha pemberdayaan *asnaf* secara holistik. Lebih membimbangkan, tindakan membayar zakat secara tidak rasmi ini turut dipengaruhi oleh pelbagai persepsi negatif terhadap institusi zakat, termasuk isu ketelusan, birokrasi dan kecekapan agihan (Hidayat et al., 2024).

Dalam beberapa kajian terdahulu, didapati bahawa antara faktor yang mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk tidak menggunakan saluran rasmi ialah persepsi bahawa institusi zakat kurang cekap, terpalit dengan isu salah guna dana, atau tidak menyampaikan bantuan kepada *asnaf* yang benar-benar memerlukan (Mentari dan Suriani, 2021). Terdapat juga *muzakki* yang merasakan bahawa tindakan menyerahkan zakat secara terus lebih memberi kesan segera dan lebih memenuhi tujuan asal zakat. Fenomena ini menunjukkan wujudnya jurang kepercayaan antara *muzakki* dan institusi zakat, sekaligus memerlukan penilaian mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan *muzakki* dalam membuat keputusan berkaitan pembayaran zakat (Mukhibad et al., 2019).

Sehubungan itu, kajian ini bertujuan untuk meninjau secara kritikal faktor-faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan *muzakki* membayar zakat melalui institusi rasmi. Penekanan akan diberikan kepada dimensi kepercayaan institusi, kefahaman agama, kebolehcapaian perkhidmatan, kemajuan teknologi, serta elemen komunikasi dan sosial. Dengan mengenal pasti faktor-faktor ini, pihak institusi zakat dapat merangka strategi penambahbaikan yang lebih berkesan dan menyeluruh dalam menggalakkan pembayaran zakat melalui saluran yang sah.

Metodologi

Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kajian konseptual (*conceptual study*) yang bersifat kualitatif eksploratori, bertujuan membina kerangka konseptual berdasarkan sorotan literatur berkaitan kecenderungan *muzakki* dalam pembayaran zakat melalui institusi rasmi (Makrygiannakis dan Jack, 2018). Pendekatan ini membolehkan penyelidik mengenal pasti, mengklasifikasikan, dan mensintesis faktor-faktor yang telah dibincangkan secara teoretis dan empirikal dalam kajian terdahulu.

Kaedah Pengumpulan Data

Data utama dalam kajian ini diperoleh melalui sorotan literatur yang dilakukan terhadap artikel jurnal akademik, prosiding persidangan, laporan institusi zakat, dan buku-buku ilmiah berkaitan pengurusan zakat, tingkah laku *muzakki*, serta faktor-faktor *institutional* dan psikososial yang

mempengaruhi pembayaran zakat. Pemilihan kajian literatur dibuat berdasarkan kriteria inklusi tertentu seperti kesesuaian tema dan kesahihan penerbit.

Kaedah Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik (*thematic synthesis*) dengan mengenal pasti tema-tema utama yang sering muncul dalam literatur, seperti kepercayaan terhadap institusi, pengetahuan zakat, tahap keagamaan, kualiti perkhidmatan dan pengaruh sosial. Setiap tema dianalisis untuk mengenal pasti hubungan antara pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah bersandar, serta hipotesis yang relevan dibentuk berdasarkan penemuan terdahulu. Kerangka konseptual akhir dibangunkan sebagai pemetaan visual terhadap faktor-faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan *muzakki* (Thomas dan Harden, 2008).

Hasil kajian ini berbentuk kerangka konsep yang boleh dijadikan asas kepada kajian empirikal akan datang, sama ada melalui kaedah kuantitatif (*survei*) atau kualitatif (temu bual pakar), khususnya dalam konteks pelaksanaan pengurusan zakat oleh institusi seperti institusi zakat negeri.

Tinjauan Sorotan Kajian Lepas

Kepercayaan dan Kredibiliti Institusi

Pertama, kepercayaan dan kredibiliti institusi yang menguruskan dana zakat merupakan elemen asas yang mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui saluran rasmi. Kajian oleh Nugraha (2016) dan Utami et al. (2021) menunjukkan bahawa persepsi terhadap ketelusan dan keberkesanan agihan dana zakat menjadi faktor utama dalam pembentukan keyakinan *muzakki* terhadap institusi. Apabila institusi dilihat tidak telus atau kurang cekap, *muzakki* cenderung memilih untuk menyalurkan zakat secara langsung. Penemuan ini turut disokong oleh Hidayat et al. (2024), Mentari dan Suriani (2021), serta Mukhibad et al. (2019), yang menekankan bahawa reputasi, ketelusan, dan akauntabiliti institusi memainkan peranan penting dalam menarik minat *muzakki*.

Selain itu, faktor integriti dan pematuhan syariah juga berperanan besar dalam pembentukan kepercayaan. Hapsari dan Priyadi (2020), Ikbali et al. (2023), Hakim et al. (2022), serta Azzahra dan Majid (2020) menekankan bahawa amanah, pematuhan syariah, dan akauntabiliti kewangan merupakan antara faktor dominan yang mempengaruhi pemilihan institusi zakat. Dari sudut pengurusan maklumat, Syifa dan Anggraini (2024), Nawi et al. (2021), serta Said et al. (2021) mengenal pasti bahawa pendedahan maklumat, kualiti laporan kewangan dan penglibatan pihak berkepentingan membentuk asas kepada keyakinan *muzakki*. Kajian Khreis dan Ab Wahab (2016) turut mengesahkan bahawa kepercayaan terhadap institusi bebas dan berautoriti, termasuk dalam konteks syarikat korporat memainkan peranan penting dalam keputusan menyalurkan zakat secara rasmi.

Keagamaan dan Keimanan

Seterusnya, dimensi keagamaan dan keimanan turut memainkan peranan signifikan dalam mendorong keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Azzahra dan Majid (2020), Yughi (2019), dan Hapsari dan Priyadi (2020) menunjukkan bahawa aspek akidah dan kesedaran terhadap kewajipan agama memberi kesan positif terhadap keputusan *muzakki* untuk memilih saluran rasmi. Penemuan ini disokong oleh Ikbal et al. (2023), Amar et al. (2024), dan Syauqi et al. (2022) yang menekankan bahawa keagamaan merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi minat *muzakki*. Hakim et al. (2022) serta Azzahra dan Majid (2020) turut menegaskan bahawa kekuatan iman dan keinginan menunaikan tanggungjawab agama dengan berkesan mendorong pemilihan institusi zakat yang diyakini patuh syariah dan sistematik.

Dalam konteks yang lebih luas, Huda dan Alhifni (2024) mendapati bahawa faktor keagamaan memberi pengaruh ketara terhadap keputusan peniaga dalam membayar zakat perdagangan, manakala Mariyanti et al. (2022) mengetengahkan elemen akhlak sebagai pemangkin kepada keputusan individu membayar zakat. Dalam sektor korporat pula, Ab Wahab (2016) menjelaskan bahawa keagamaan dan keimanan bertindak sebagai dorongan dalaman utama yang mempengaruhi keputusan syarikat, terutamanya apabila ahli lembaga pengarah memahami kepentingan zakat dan organisasi dimiliki oleh individu Muslim. Faktor ini memperkukuh kecenderungan syarikat untuk memilih saluran rasmi yang sah dan tersusun dalam penyaluran zakat.

Pengetahuan dan Kefahaman Zakat

Secara signifikan, pengetahuan dan kefahaman mengenai zakat merupakan faktor kognitif yang penting dalam mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Is'ad dan Yasin (2023), Hapsari dan Priyadi (2020), serta Yughi (2019) menunjukkan bahawa tahap pengetahuan mendalam mengenai zakat secara langsung meningkatkan niat dan kecenderungan *muzakki* untuk menggunakan saluran rasmi. Dapatan ini turut disokong oleh Febrianti dan Yasin (2023), Fitriani dan Hidayah (2023), serta Ma'fiah et al. (2018), yang menekankan bahawa kefahaman zakat memberi impak positif terhadap minat *muzakki*, khususnya apabila institusi zakat menyediakan maklumat yang jelas dan berstruktur.

Dalam konteks yang lebih spesifik, Huda dan Alhifni (2024) mendapati bahawa pengetahuan berperanan dalam mempengaruhi keputusan peniaga membayar zakat perdagangan, manakala Mariyanti et al. (2022), Almasah et al. (2024), dan Hakim et al. (2022) bersama-sama mengesahkan bahawa ilmu zakat merupakan pemacu utama dalam meningkatkan motivasi individu terhadap saluran institusi. Dalam skop yang lebih meluas, Wahab dan Rahman (2011) menekankan bahawa *muzakki* yang memahami manfaat zakat kepada masyarakat lebih cenderung memilih institusi rasmi. Bagi konteks korporat, Ab Wahab (2016) menunjukkan bahawa kefahaman ahli lembaga pengarah terhadap kepentingan zakat menjadi komponen penting dalam membentuk dorongan dalaman syarikat untuk menyalurkan zakat secara sistematik dan patuh syariah. Keseluruhannya, pengetahuan dan kefahaman zakat

terbukti sebagai elemen utama yang membentuk pilihan dan tindakan *muzakki* terhadap pembayaran zakat institusi.

Kebolehcapaian dan Kualiti Perkhidmatan

Di samping faktor-faktor tersebut, kebolehcapaian dan kualiti perkhidmatan merupakan faktor *institutional* yang kritikal dalam mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk menyalurkan zakat melalui institusi rasmi. Dengan kemajuan dalam teknologi kewangan Islam seperti perbankan dalam talian, aplikasi mudah alih, dan potongan gaji automatik telah meningkatkan kecekapan sistem zakat, sebagaimana didokumentasikan oleh Abdullah et al. (2024). Namun begitu, cabaran masih wujud dalam memastikan akses menyeluruh, terutama bagi segmen masyarakat yang kurang celik teknologi atau lebih gemar kepada kaedah tradisional. Kajian oleh Is'ad dan Yasin (2023), Azzahra dan Majid (2020), serta Ardiansyah dan Muttaqin (2024) mendapati bahawa kualiti perkhidmatan memberi impak yang signifikan terhadap niat dan penentu *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Tambahan pula, dapatan daripada Azzahra dan Majid (2020), Ma'fiah et al. (2018), serta Syifa dan Anggraini (2024) menegaskan bahawa aspek kebolehcapaian serta komunikasi yang jelas memainkan peranan penting dalam membentuk preferensi *muzakki* terhadap institusi zakat.

Dalam konteks perniagaan, Huda dan Alhifni (2024) turut mendapati bahawa kualiti perkhidmatan mempengaruhi keputusan peniaga dalam membayar zakat perdagangan di Jawa Barat. Said et al. (2021) pula mengenal pasti kualiti perkhidmatan sebagai antara faktor kritikal yang mempengaruhi niat dan keputusan membayar zakat kepada institusi zakat. Dari perspektif korporat, Ab Wahab (2016) menekankan bahawa kemudahan pembayaran, sokongan pelanggan dan saluran digital merupakan komponen penting dalam menarik syarikat membayar zakat secara rasmi. Secara keseluruhannya, kebolehcapaian dan mutu perkhidmatan institusi zakat terbukti memberi impak signifikan terhadap keputusan *muzakki* untuk menggunakan saluran rasmi. Secara keseluruhannya, kajian-kajian ini menunjukkan bahawa kebolehcapaian dan kualiti perkhidmatan mempunyai implikasi yang signifikan terhadap keputusan pembayaran zakat melalui institusi rasmi.

Pendapatan dan Faktor Sosioekonomi

Dari perspektif ekonomi, pendapatan dan faktor sosioekonomi merupakan elemen penting yang mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Septiana et al. (2022), Septiana (2022), Hapsari dan Priyadi (2020), serta Ikbal et al. (2023) secara kolektif menunjukkan bahawa tahap pendapatan secara langsung mempengaruhi pemilihan saluran pembayaran zakat, dengan pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan institusi zakat yang sah dan teratur. Lebih menarik lagi, dalam analisis yang lebih mendalam, Septiana (2022) turut menekankan bahawa terdapat hubungan positif antara tahap pendapatan dan penggunaan saluran zakat rasmi, manakala status sosioekonomi memberi kesan terhadap pemilihan antara pemberian terus dan melalui institusi rasmi.

Dalam skop yang lebih luas, Almasah et al. (2024) mendapati bahawa faktor pembangunan ekonomi memainkan peranan signifikan dalam mempengaruhi kejayaan pembayaran zakat di Arab Saudi. Putriana (2018) turut mengetengahkan tahap pendapatan sebagai antara faktor utama yang mempengaruhi *preferensi* pembayar zakat dalam menunaikan kewajipan zakat. Dalam konteks korporat, Ab Wahab (2016) mendapati bahawa prestasi kewangan syarikat memainkan peranan penting dalam menentukan keputusan pembayaran zakat secara rasmi. Syarikat dengan kestabilan kewangan lebih cenderung untuk menyalurkan zakat secara formal dan sistematik, selari dengan komitmen keagamaan dan *institutional* mereka. Secara keseluruhannya, kajian-kajian ini menunjukkan bahawa pendapatan individu dan kekuatan kewangan institusi memberi pengaruh besar terhadap pemilihan saluran zakat yang digunakan.

Kesedaran dan Imej Jenama

Tidak dapat dinafikan bahawa kesedaran dan imej jenama institusi zakat merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat dan keputusan *muzakki* untuk menyalurkan zakat melalui saluran rasmi. Is'ad dan Yasin (2023) mendapati bahawa kesedaran jenama memberi impak signifikan terhadap kecenderungan membayar zakat melalui institusi, manakala kajian Hidayat et al. (2024) menunjukkan bahawa imej institusi boleh memberi kesan negatif dalam sesetengah konteks, bergantung kepada persepsi masyarakat terhadap institusi tersebut. Walaupun terdapat perbezaan dalam kesan imej jenama, kebanyakan kajian seperti Mentari dan Suriani (2021), Mukhibad et al. (2019), dan Febrianti dan Yasin (2023) menunjukkan bahawa reputasi dan imej institusi zakat memberi pengaruh positif terhadap keputusan *muzakki*, terutamanya apabila institusi zakat menonjolkan profesionalisme dan nilai Islamik yang diyakini.

Selain itu, kajian oleh Khreis menegaskan bahawa reputasi merupakan komponen utama dalam membentuk keyakinan *muzakki* terhadap institusi zakat. Dalam skop yang lebih luas, Yughi (2019) dan Putriana (2018) mengenal pasti kesedaran individu dan sosial sebagai antara faktor utama dalam *preferensi* saluran zakat, menandakan bahawa pembinaan jenama dan kesedaran awam adalah aspek strategik bagi institusi zakat. Dalam konteks korporat pula, Ab Wahab (2016) menegaskan bahawa reputasi dan imej institusi memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan syarikat untuk membayar zakat secara rasmi. Kesimpulannya, kesedaran dan imej jenama yang positif mampu meningkatkan kepercayaan dan menarik lebih banyak *muzakki* untuk menggunakan saluran rasmi.

Komunikasi dan Pengaruh Sosial

Dalam konteks sosial, komunikasi dan pengaruh sosial memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Ardiansyah dan Muttaqin (2024) mendapati bahawa elemen seperti pengiklanan, media sosial dan komunikasi mulut ke mulut memberi kesan langsung terhadap niat *muzakki*. Kajian Hapsari dan Priyadi (2020), Azzahra dan Majid (2020), serta Almasah et al. (2024) pula menegaskan bahawa peranan ulama, tokoh agama, rakan sebaya dan sokongan kerajaan menjadi faktor sosial yang signifikan dalam mempengaruhi pemilihan saluran zakat. Dalam konteks penyampaian

maklumat, Jamaludin et al. (2025) menunjukkan bahawa strategi komunikasi yang efektif, seperti pendedahan maklumat agihan zakat dan program pendidikan awam, mampu meningkatkan tahap kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat.

Dari perspektif korporat, Ab Wahab (2016) menekankan peranan kerajaan dan fatwa sebagai pengaruh sosial yang penting dalam mendorong syarikat membayar zakat secara rasmi. Fatwa berkaitan kewajipan zakat syarikat berdasarkan prinsip *khultah* dan *syakhsiyyah i'tibariyyah* menjadi faktor pemacu kepada pelaksanaan zakat secara sistematik. Secara keseluruhannya, gabungan komunikasi yang berkesan, sokongan sosial, serta dasar dan garis panduan rasmi berfungsi memperkuat kepercayaan dan minat *muzakki* terhadap institusi zakat.

Sikap Membantu dan Kepuasan Diri

Dari aspek psikologi, sikap membantu dan kepuasan diri merupakan faktor psikologikal yang memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Azzahra dan Majid (2020) serta Febrianti dan Yasin (2023) menunjukkan bahawa sikap suka membantu orang lain memberi kesan positif dan signifikan terhadap niat *muzakki* untuk membayar zakat di institusi zakat seperti Baitul Mal dan Lazis Nurul Falah. Dalam konteks yang sama, Yughi (2019) turut mengetengahkan kepuasan diri serta persepsi terhadap ganjaran dan pampasan sebagai antara faktor utama dalam menentukan preferensi *muzakki* terhadap saluran pembayaran zakat.

Selain itu, Mentari dan Suriani (2021) serta Hapsari dan Priyadi (2020) menekankan bahawa motivasi diri dan dorongan dalaman memainkan peranan kritikal dalam pembentukan keputusan membayar zakat melalui institusi rasmi. *Muzakki* yang merasakan kepuasan psikologi daripada tindakan memberi lebih cenderung untuk memilih saluran yang teratur dan sah. Secara keseluruhannya, dapatan pelbagai kajian ini menunjukkan bahawa elemen *psikologikal* seperti sikap membantu, kepuasan diri dan motivasi memberi sumbangan signifikan terhadap kecenderungan pembayaran zakat secara rasmi.

Kerangka Peraturan dan Tadbir Urus

Dari sudut *institutional*, kerangka peraturan dan tadbir urus merupakan elemen yang penting dalam membentuk ekosistem zakat yang efektif serta mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Septiana et al. (2022) dan Septiana (2022) menunjukkan bahawa tadbir urus korporat berteraskan prinsip Syariah mempunyai impak signifikan terhadap pemilihan saluran pembayaran zakat. Almasah et al. (2024) mendapati bahawa penguatkuasaan undang-undang memainkan peranan penting dalam mempengaruhi persepsi kawalan tingkah laku berkaitan niat membayar zakat. Dalam konteks yang lebih spesifik, Huda dan Alhifni (2024) menunjukkan peranan kerajaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan peniaga dalam membayar zakat perdagangan di Jawa Barat, menekankan kepentingan sokongan dan penglibatan kerajaan dalam sistem zakat.

Selain itu, Syauqi et al. (2022) dan Khreis menekankan kepentingan peraturan dan pelaksanaan zakat secara wajib sebagai pemacu motivasi untuk membayar melalui institusi

rasmi. Dalam konteks korporat, Ab Wahab (2016) menjelaskan bahawa tindakan dan dasar kerajaan seperti fatwa rasmi, insentif cukai, dan garis panduan yang jelas memberi pengaruh positif terhadap keputusan syarikat untuk menunaikan zakat secara rasmi. Keseluruhannya, kajian-kajian ini membuktikan bahawa sokongan struktur perundangan dan tadbir urus yang berlandaskan Syariah mampu meningkatkan kepercayaan serta penglibatan *muzakki* dalam sistem zakat institusi.

Kemajuan Digital dan Teknologi

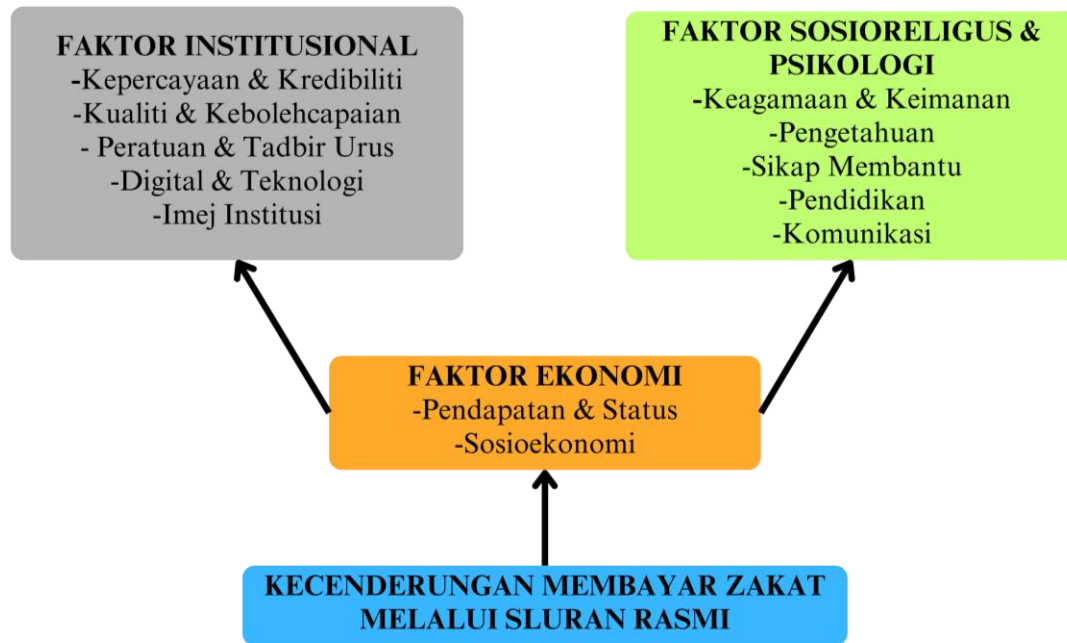
Dalam era digital ini, kemajuan dalam teknologi digital telah membawa perubahan ketara dalam cara zakat dikutip dan diurus, sekaligus mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk menyalurkannya melalui institusi rasmi. Kajian oleh Amar et al. (2024), dan Abdullah et al. (2024) menunjukkan bahawa pengumpulan dana digital dan keupayaan organisasi dalam mengadaptasi teknologi terkini memberi impak positif terhadap reputasi dan kecekapan institusi, yang seterusnya meningkatkan kecenderungan *muzakki* untuk membayar zakat secara rasmi. Hal ini menegaskan bahawa inovasi digital bukan sahaja meningkatkan kecekapan operasi, malah memperkukuh kepercayaan awam terhadap institusi zakat.

Dalam konteks media sosial dan generasi muda, Ardiansyah dan Muttaqin (2024) mendapati bahawa interaksi digital melalui platform sosial memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan *muzakki*. Kajian Oseva dan Soleh (2024) pula menyoroti bahawa kredibiliti institusi, digabungkan dengan kemudahan teknologi dan inovasi digital, merupakan faktor utama dalam menarik minat generasi milenial dan Gen Z untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Keseluruhannya, dapatan-dapatan ini menunjukkan bahawa kemajuan digital dan teknologi menjadi pemacu penting dalam meningkatkan penyertaan zakat melalui saluran institusi moden.

Pendidikan dan Kesedaran

Akhir sekali, pendidikan dan kesedaran merupakan faktor sosiokognitif utama yang membentuk kefahaman dan sikap *muzakki* terhadap kewajipan zakat, serta mempengaruhi keputusan mereka untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Kajian oleh Septiana et al. (2022) dan Khreis menunjukkan bahawa tahap pendidikan *muzakki* secara langsung memberi kesan terhadap pemahaman, kesedaran dan keinginan untuk menunaikan zakat melalui saluran yang sah. Huda dan Alhifni (2024) pula menekankan bahawa tingkah laku peniaga berkait rapat dengan tahap kesedaran mereka, khususnya dalam konteks pembayaran zakat perdagangan.

Dalam konteks generasi muda, Oseva dan Soleh (2024) mendapati bahawa tahap pendidikan mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat milenial dan Gen Z untuk membayar zakat secara formal. Kajian oleh Yeni dan Mukhibad (2020) turut menunjukkan bahawa sikap dan tingkah laku yang positif, yang terhasil daripada kesedaran dan pendidikan yang berkesan, menjadi pemacu utama dalam meningkatkan keinginan untuk menyalurkan zakat melalui institusi rasmi. Secara keseluruhannya, dapatan kajian ini membuktikan bahawa pendidikan dan kesedaran mempunyai implikasi besar dalam memperkukuh kefahaman, sikap, dan tindakan *muzakki* terhadap pelaksanaan kewajipan zakat secara *institusional*.



Rajah 1: Kerangka konsep faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan muzakki membayar zakat melalui institusi zakat rasmi

Berdasarkan sorotan kajian yang telah dijalankan, dapat dirumuskan bahawa keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi dipengaruhi oleh pelbagai faktor yang saling berinteraksi. Antara faktor utama yang dikenal pasti secara konsisten dalam kajian terdahulu ialah kepercayaan dan kredibiliti institusi, pengetahuan serta kefahaman zakat dan kualiti perkhidmatan. Walaupun keagamaan dan keimanan merupakan asas motivasi utama, elemen ini perlu disokong oleh sistem pengurusan zakat yang telus, efisien dan diyakini. Dalam konteks *muzakki* kontemporari terutamanya golongan muda, kemajuan teknologi dan kebolehcapaian perkhidmatan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembayaran zakat. Di samping itu, komunikasi yang strategik, imej institusi yang positif serta pengaruh sosial turut memainkan peranan dalam membina keyakinan masyarakat.

Kesimpulan dan Cadangan Kajian Lanjutan

Kajian ini telah membina satu kerangka konseptual yang komprehensif berkenaan faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan *muzakki* untuk membayar zakat melalui institusi rasmi. Berdasarkan sorotan literatur yang meluas, didapati bahawa keputusan *muzakki* adalah dipengaruhi oleh pelbagai pemboleh ubah yang merangkumi dimensi psikososial, *institusional* dan teknologi. Antara faktor utama yang dikenal pasti ialah kepercayaan dan kredibiliti institusi, tahap keagamaan dan keimanan, pengetahuan serta kefahaman mengenai zakat, kebolehcapaian dan kualiti perkhidmatan, kesedaran jenama, serta kerangka peraturan dan tadbir urus. Penemuan ini memperkukuh pandangan bahawa penyertaan *muzakki* dalam sistem zakat formal tidak hanya bergantung pada kefahaman agama semata-mata, tetapi juga pada persepsi terhadap integriti dan keberkesanan institusi zakat.

Dalam konteks semasa, hasil kajian ini dapat dijadikan rujukan penting oleh institusi zakat negeri untuk merangka strategi komunikasi, pendidikan masyarakat dan penambahbaikan tadbir urus. Pendekatan yang lebih holistik perlu diberi perhatian, termasuk integrasi antara teknologi digital, penyampaian perkhidmatan yang mesra pengguna, serta pembinaan semula kepercayaan masyarakat melalui ketelusan dan akauntabiliti institusi. Kerangka konseptual ini juga boleh dijadikan asas kepada pembangunan dasar dan garis panduan yang lebih strategik dalam memperkasakan kutipan dan agihan zakat secara sistematik.

Sehubungan itu, kajian lanjutan dicadangkan untuk mengesahkan kesahihan kerangka ini melalui pendekatan kuantitatif seperti tinjauan *survei* yang menggunakan Model Persamaan Struktur (SEM) bagi menguji hipotesis yang telah dibina. Selain itu, pendekatan kualitatif seperti temu bual mendalam atau kajian kes terhadap institusi zakat boleh dijalankan untuk memahami secara lebih kontekstual persepsi dan tingkah laku *muzakki*. Kajian perbandingan antara negeri atau negara juga wajar diteroka bagi menilai keberkesanan sistem zakat dalam pelbagai latar sosioekonomi dan budaya. Kajian longitudinal turut dicadangkan bagi memantau perubahan sikap *muzakki* dari semasa ke semasa, khususnya selepas pelaksanaan intervensi oleh institusi zakat. Akhir sekali, pendekatan segmentasi *muzakki* mengikut kategori demografi seperti umur, pekerjaan, pendidikan dan lokasi boleh membantu institusi zakat merangka strategi kutipan yang lebih bersasar dan berkesan.

Penghargaan

Kajian ini telah dibiayai oleh Geran Jangka Pendek Universiti Sains Malaysia dengan Nombor Projek: R501-LR-RND002-0000001120-0000.

Rujukan

- Ab Wahab, A. (2016). *Faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat di syarikat tersenarai awam di Malaysia* (Doctoral dissertation, University of Malaya (Malaysia)).
- Abdullah, M. M. I., Alias, M. N., Yahaya, M. Z., & Rosli, M. M. M. (2024). The Transformation of Zakat Management Via Fintech: Issues and Challenges. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, 7(3), 230-241.
- Almasah, S., Bardai, B., & Al-Dubai, M. (2024). Moderating Role of Economic Development's on Zakat Success Factors and Compliance: A Saudi Arabian Perspective. *Economics*, 13(2): 48-58, 10.11648/j.eco.20241302.12.
- Amar, F., Purwoko, B., & Sihite, M. (2024). Unlocking success: factors influencing zakat collection and reputation at Indonesian zakat institution. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 14(1), 145-176.
- Amry, D. A., & Mapuna, H. D. (2021). Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan muzakki terhadap minat membayar zakat kepada baznas di kabupaten pangkep. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 87-95.
- Ardiansyah, F. C., & Muttaqin, A. A. (2024). Pengaruh iklan/aktif sosial media, word of mouth, dan pelayanan terhadap keputusan *muzakki* dalam membayar zakat (studi kasus lembaga amil zakat sahabat *mustahiq* Kota Kediri). *Islamic Economics and finance in Focus*, 3(4), 697-707.

- Asni, F. (2021). Pengurusan Kutipan Dan Agihan Zakat Oleh Maips Ketika Covid-19 Di Negeri Perlis: Suatu Sorotan Kajian: Management of Zakat Collection And Distribution By Maips During Covid-19 In Perlis: A Literature Review. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, 4(2 December), 1-13.
- Azman, F. M. N., Safiee, R. A., & Rahim, R. T. A. (2022). Perspective Of Covid-19: The Determinants Of Zakat Compliance Behaviour. *al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies*, 28(2), 152-160.
- Azzahra, F., & Abd Majid, M. S. (2020). What Drives Muzakki to Pay Zakat at Baitul Mal?. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 5(1), 27-52.
- Bhari, A., & Abdullah, L. (2016). Senario Fatwa-Fatwa Zakat Di Malaysia: Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Fiqh*, 13, 57-88.
- Febrianti, B., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2921-2939.
- Fitriani, A., & Hidayah, K. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Transparansi, dan Akuntabilitas terhadap Preferensi Muzakki dalam Memilih Lembaga Zakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1078-1083.
- Hakim, M. R., Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Factors Affecting Muzakki's Decision In Choosing to Pay Zakat At Amil Zakat Institution. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 1(2), 57-73.
- Hapsari, H. P. N., & Priyadi, U. (2020). The determinant factors of muzakki toward paying zakat, infaq, sedekah (ZIS) in zakat institutions. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 3(2), 143-158.
- Hasbulah, M. H., Asni, F., Noor, A. M., & Halim, W. M. A. W. (2022). Economic impact of Covid-19 outbreak: a study of zakat collection and distribution management in Zakat Penang (ZP). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), 1047-1066.
- Hidayat, A. A., Sahdani, H., Hardiyanti, I. S., & Novita, S. A. (2024). Factors Influencing Muzakki's Interest To Pay Zakat In Yatim Mandiri Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(1), 16-35.
- Huda, I. R., & Alhifni, A. (2024). Factors That Influence Traders'decision Making In Paying Trade Zakat In West Java. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 50-59.
- Ibrahim, M. F. (2020). Perbandingan Kaedah Kutipan Zakat Harta Oleh Institusi Zakat Di Negeri-negeri Utara Malaysia. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 2(1): 114-124
- Ikbal, I. M., Alamsyah, A. R., & Dura, J. (2023). The Influence of Religiosity, Trust and Income on Muzakki's Interest in Paying Zakat to Institutions. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 5(1), 45-65.
- Is' ad, D. H., & Yasin, A. (2023). Factors That Influence Muzakki Intention to Pay Zakat at Zakat Institutions. *EKSYPAR: Ekonomi Syari'ah dan Bisnis Islam (e-Journal)*, 10(1), 120-135.

- Jamaludin, H., Zhang, H., Syed Salleh, S. N., & Lacheheb, Z. (2025). Trust as the engine of change: a conceptual model for trust building in zakat institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Kahf, M. (1999, April). The performance of the institution of zakah in theory and practice. In *International conference on Islamic economics towards the 21st Century, Kuala Lumpur* (pp. 9-12).
- Khreis, N. S. (1998). *Dirasat Al-‘awāmil Al-Mu’athirah Fī Sulūk Al-Mukallaḥīn Bi-Daḥ Al-Zakāh: Ḥālat Al-Urdun*. (Tesis Doktor Falsafah, Universiti Yarmouk, Jordan).
- Ma'fiyah, M. F., Yughi, S. A., & Awaludin, T. (2018). Preferensi muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga zakat formal. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 3(2), 41-62.
- Makrygiannakis, G., & Jack, L. (2018). Designing a conceptual methodology for structuration research. *Meditari Accountancy Research*, 26(1), 70-87.
- Mariyanti, T., Zaenul Basri, Y., & Jazuli, J. (2022). The basic factors driving the intention to pay zakat. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 30-41.
- Mentari, E., & Suriani, S. (2021). Why does muzakki pay zakat through baitul maal institution. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia*, 8(1), 58-74.
- Muhammad, H., Jalil, M. S., Arifin, J., Muhammad, A., & Muda, S. M. (2024). Faktor Penentu Pembayaran Zakat Masyarakat Islam di Negeri Terengganu: Determinants of Zakat Payment Among the Muslim Community in Terengganu. *Global Journal Al-Thaqafah*, 212-227.
- Mukhibad, H., Fachrurrozie, F., & Nurkhin, A. (2019). Determinants of the intention of muzakki to pay professional zakat. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 45-67.
- Nawi, R., Said, N., & Hasan, H. (2021). A Conceptual Model Of Zakat Payers' Trust In A Zakat Institution In Kelantan. *12th Global Conference On Business And Social Sciences*. [https://doi.org/10.35609/Gcbssproceeding.2021.12\(82\)](https://doi.org/10.35609/Gcbssproceeding.2021.12(82)).
- Nugraha, E. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakkisebagai Variabel intervening. *Akuntabilitas*, 13(2), 167-186.
- Oseva, J., & Soleh, M. (2024). Determinan Muslim Milenial Dan Generasi Z Di Wilayah Jabodetabek Untuk Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat Formal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 5374-93.
- Putriana, V. T. (2018). Factors Influencing Zakat Payers Preference in Discharging Zakat Obligations: An Explorative Study. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(2), 231-245.
- Sadili, U., Ali, Z. M., & Zaenal, M. H. (2024). Determinants of intention to pay professional zakat to private employees: Case study of muzakki Laznas Daarut Tauhiid Peduli. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(2), 125-144.
- Said, Y. B., Zaouali, N., & Hakim, F. (2021). Determinants of Zakat Payment to Zakat Institution: The Case of Tunisia. In *Impact of Zakat on Sustainable Economic Development* (pp. 38-53). IGI Global.

- Sapingi, R., Nelson, S. P., Obid, S. N. S., Puat Nelson, S., & Normala Sheikh Obid, S. (2020). Development of Malaysian Zakat Administration and Financial Reporting of Zakat Institutions. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 100.
- Septiana, I. (2022). The Influence of Income, Education, Consumption and Islamic Corporate Governance on Muzakki's Decision. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2).
- Septiana, I., Azwardi, A., & Syathiri, A. (2022). Basic Factors For Choosing A Place Of Muzaki Intention To Pay Zakat. *Medina-Te: Jurnal Studi Islam*, 18(1), 1-10.
- Siregar, A. S. (2023). Faktor-faktor muzakki tidak membayar zakat infak dan sedekah melalui badan amil zakat Nasional. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(4), 1976-1985.
- Sulaiman, Y., Abdul Rahman, M., & Nik Mat, N. K. (2019). Pelan strategik untuk menangani isu dan cabaran dalam pengurusan zakat perniagaan di Kedah. In *International Conference on Zakat, Tax, Waqf and Economic Development (ZAWED)*, 1st-2nd December.
- Syauqi, M., Anshori, M., & Mawardi, I. (2022). Motivation to paying Zakat: The role of religiosity, Zakat literacy, and government regulations. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 232-246.
- Syifa, S., & Anggraini, D. T. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Akuntabilitas, dan Transparansi Pelaporan Keuangan Lembaga Pengelola Zakat terhadap Pembayaran Zakat Muzaki dengan Aksesibilitas sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 5(1), 38-55.
- Talib, A. R., & Ahmad, H. (2020). Persepsi Masyarakat di Pahang terhadap peranan Majlis Ugama Islam Pahang dalam menangani kemiskinan *asnaf* fakir dan miskin. *Jurnal Al-Sirat*, 19(1), 88-95.
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC medical research methodology*, 8(1), 45.
- Utami, A. R., & Hartoyo & Yuliati, L. N. (2021). Behavior of Paying Zakat through Zakat Institutions. *International Journal of Research and Review*, 8(12), 260-269.
- Wahab, N. A., & Rahim Abdul Rahman, A. (2011). A framework to analyse the efficiency and governance of zakat institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 43-62.
- Yeni, A., & Mukhibad, H. (2020). Muzakki's Intention in Paying Zakat. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*, 5(01), 60-73.
- Yughi, S. A. (2019). Faktor Preferensi Individu Muzakki Lembaga Zakat Informal. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 156-182.