



Zakat, Pajak, dan Media Sosial: Perspektif Profesional Muda Muslim di Kalimantan Selatan

Muhammad Adi Riswan Al Mubarak
Institut Agama Islam Darussalam Martapura
adiram1010@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara generasi muda Muslim berinteraksi dengan nilai-nilai keagamaan dan kewargaan. Dalam konteks ini, zakat dan pajak tidak hanya dipandang sebagai kewajiban formal, tetapi juga sebagai bagian dari konstruksi sosial yang terbentuk melalui dinamika digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi dan sikap profesional muda Muslim terhadap kewajiban zakat dan pajak dalam konteks kehidupan digital, khususnya bagaimana media sosial memengaruhi cara pandang dan keputusan mereka. Dengan pendekatan kualitatif dan desain fenomenologis, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap responden berusia 20–35 tahun di tiga wilayah Kalimantan Selatan: Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa zakat dipersepsi sebagai kewajiban spiritual dan moral yang lebih bermakna secara emosional dibandingkan pajak, yang cenderung dipandang sebagai kewajiban administratif negara. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, memperkuat preferensi, dan merekonstruksi identitas sosial-keagamaan generasi muda Muslim. Ketegangan antara spiritualitas dan kepatuhan hukum terlihat dalam bagaimana responden memposisikan kedua kewajiban tersebut dalam kehidupan mereka. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan komunikatif dan transparan dalam strategi lembaga zakat dan otoritas pajak untuk menjangkau generasi Muslim digital yang reflektif dan aktif secara sosial.

Kata kunci: zakat, pajak, media sosial, profesional muda, identitas digital, persepsi sosial

Abstract

The development of digital technology and social media has transformed the way young Muslim professionals interact with religious and civic values. In this context, zakat and tax are not merely perceived as formal obligations, but also as components of social constructs shaped by digital dynamics. This study aims to explore the perceptions and attitudes of young Muslim professionals toward the obligations of zakat and tax within the framework of digital life, particularly how social media influences their perspectives and decision-making processes. Using a qualitative approach and phenomenological design, data were collected through in-depth interviews with respondents aged 20–35 years from three regions in South Kalimantan: Banjarmasin, Banjarbaru, and Banjar Regency. The findings reveal that zakat is perceived as a spiritual and moral obligation with emotional significance, while tax tends to be seen as an administrative duty imposed by the state. Social media plays a crucial role in shaping perceptions, reinforcing preferences, and reconstructing the socio-religious identity of young Muslims. The tension between spirituality and legal compliance is reflected in how respondents position both obligations in their daily lives. This study highlights the importance of

communicative and transparent strategies by zakat institutions and tax authorities to effectively engage the reflective and socially active digital Muslim generation.

Keywords: *zakat, tax, social media, young professionals, digital identity, social perception*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan lanskap sosial yang baru, di mana media sosial menjadi ruang dominan bagi generasi muda dalam mengekspresikan nilai, gagasan, dan sikap sosial keagamaannya. Di tengah transformasi digital ini, praktik ibadah sosial seperti zakat serta kewajiban kenegaraan seperti pajak mengalami perubahan bukan hanya dalam aspek teknis, melainkan juga dalam persepsi dan kesadaran individu terhadap keduanya. Fenomena ini semakin relevan ketika dilihat dalam konteks generasi profesional muda Muslim yang aktif di ranah digital dan sekaligus menjadi segmen penting dalam struktur ekonomi nasional.

Sementara studi-studi sebelumnya lebih banyak memfokuskan pada aspek regulasi, kelembagaan, dan kepatuhan formal terhadap zakat dan pajak, penelitian ini mencoba menelisik sisi yang lebih personal dan sosiologis: bagaimana persepsi dan sikap profesional muda Muslim terhadap zakat dan pajak terbentuk, dimediasi, atau bahkan dinegosiasi dalam ruang digital yang mereka hidupi. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi hanya sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai ekosistem nilai yang membentuk pandangan dan pilihan-pilihan etis dalam kehidupan beragama dan bernegara.

Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar di Kalimantan Selatan dipilih sebagai konteks penelitian karena ketiganya merepresentasikan kawasan urban dan semi-urban dengan pertumbuhan akses digital yang signifikan. Keberadaan generasi muda Muslim yang aktif secara ekonomi, sosial, dan digital di wilayah ini menjadikan penelitian ini relevan untuk menangkap fenomena secara kontekstual. Meskipun telah ada beberapa riset terkait zakat di era digital, studi yang secara khusus mengkaji integrasi persepsi terhadap zakat dan pajak di kalangan profesional muda Muslim dalam konteks media sosial masih sangat terbatas.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas zakat dalam konteks digital dan perilaku generasi milenial Muslim. Penelitian oleh Susanty dan Bahrudin (2020) meneliti penerapan zakat profesi oleh YouTuber; Assidiqi dan Kasdi (2023) menelusuri perilaku berzakat mahasiswa di era digital; Hidayatullah dan Asyari (2023) menguji pengaruh religiusitas dan media sosial terhadap minat membayar zakat; serta Sofiyawati dan Halimah (2022) mengulas perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat secara online.

Namun, studi-studi tersebut cenderung fokus pada zakat secara terpisah, tanpa melihat relasi sosiologisnya dengan pajak dan tanpa mengaitkan keduanya dengan dinamika pembentukan persepsi melalui media sosial. Selain itu, konteks wilayah Kalimantan Selatan belum banyak dikaji dalam literatur zakat dan pajak digital. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dalam menjawab gap dengan menawarkan pendekatan fenomenologis terhadap integrasi dua kewajiban sosial dalam konteks kehidupan digital generasi muda Muslim urban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologis untuk menggali makna subjektif dan pengalaman personal informan. Lokasi penelitian berada di tiga wilayah Kalimantan Selatan: Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Informan dipilih secara purposive, dengan kriteria: berusia 20–35 tahun, beragama Islam, berprofesi sebagai pekerja/profesional muda, aktif menggunakan media sosial, dan tinggal di salah satu dari tiga wilayah tersebut.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, dan dianalisis dengan pendekatan tematik (thematic analysis). Proses analisis dilakukan melalui tahap transkripsi, pengkodean, pengelompokan tema, dan interpretasi. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber dan metode, serta teknik member checking.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Persepsi terhadap Zakat dan Pajak sebagai Entitas Moral dan Hukum

Zakat dalam tradisi Islam merupakan ibadah sosial yang bersifat wajib bagi Muslim yang telah memenuhi syarat nisab dan haul, serta termasuk dalam rukun Islam ketiga setelah salat. Ia memiliki dimensi spiritual, moral,

dan sosial yang menyatu dalam kehidupan umat. Menurut Qardhawi, zakat bukan hanya instrumen distribusi kekayaan, tetapi juga mekanisme pemurnian jiwa (*tazkiyah*) dan pemersatu masyarakat. (Al-Qardhawi 1998) Sementara itu, pajak merupakan kewajiban kenegaraan yang diatur dalam hukum positif, yang berfungsi sebagai sumber utama pendapatan negara untuk membiayai pembangunan dan pelayanan publik. (Mardiasmo 2023) Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada otoritas pengatur (agama vs. negara), sifat kewajiban (iman vs. hukum), serta lembaga pelaksana dan akuntabilitasnya.

Dalam konteks penelitian ini, analisis akan diarahkan pada bagaimana profesional muda Muslim memahami dan membandingkan kedua entitas tersebut secara konseptual dan praktis. Diharapkan akan muncul narasi-narasi mengenai persepsi bahwa zakat lebih bersifat spiritual dan emosional, sedangkan pajak lebih administratif dan formal. Perspektif ini akan dieksplorasi melalui wawancara mendalam dengan informan dari tiga wilayah Kalimantan Selatan. Peneliti menduga bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk atau bahkan memperkuat dikotomi persepsi tersebut.

Selain itu, perbandingan nilai antara zakat dan pajak akan dikaji dari dimensi kepercayaan terhadap lembaga pengelola. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas lembaga sangat memengaruhi niat berzakat (Ansori and Violita 2025). Temuan ini bisa menjadi pijakan untuk melihat apakah hal serupa juga terjadi dalam persepsi terhadap pajak. Konten media sosial yang menampilkan keberhasilan program zakat atau kritik terhadap penggunaan pajak akan dianalisis sebagai faktor kontekstual yang memengaruhi konstruksi makna responden.

Dengan pendekatan fenomenologis, peneliti akan menggali bagaimana makna zakat dan pajak dipahami sebagai bagian dari identitas keberagamaan dan kewargaan. Penelitian oleh Rida Faizah dan Maftuhah menekankan bahwa generasi milenial membentuk pemaknaan sosial keagamaan mereka secara interaktif di ruang digital. (Rida Faizah 2024) Maka, penting untuk melihat sejauh mana interaksi digital memengaruhi pemisahan atau

penyatuan makna zakat dan pajak dalam kehidupan profesional muda Muslim.

Mayoritas responden memahami zakat sebagai suatu kewajiban yang bersumber dari ajaran agama Islam, khususnya sebagai bagian dari rukun Islam. Zakat dimaknai tidak hanya sebagai kewajiban spiritual, tetapi juga sebagai instrumen moral untuk menciptakan keadilan sosial dan membantu sesama. Frasa-frasa seperti “mensucikan harta”, “membantu orang lain”, dan “kewajiban berdasarkan rukun Islam” menunjukkan bahwa zakat dipandang sebagai entitas moral sekaligus sakral.

Sementara itu, persepsi terhadap pajak cenderung berorientasi pada dimensi legal-formal. Pajak dipahami sebagai kewajiban warga negara yang bersifat administratif dan diatur oleh negara. Beberapa responden membedakan zakat sebagai kewajiban agama yang bersifat vertikal (hubungan dengan Tuhan), sementara pajak adalah kewajiban horizontal terhadap negara. Namun terdapat pula responden yang mengisyaratkan adanya ketegangan antara keduanya, dengan menyatakan bahwa zakat semestinya bisa menggantikan pajak. Ini menunjukkan bahwa persepsi tentang pajak tidak sepenuhnya netral, dan sebagian kalangan masih menilai pajak dari sudut pandang normatif keagamaan.

Terdapat konstruksi makna ganda yang melekat pada zakat dan pajak di benak responden. Zakat dipandang sebagai kewajiban yang bersifat transendental sekaligus sosial, sedangkan pajak direduksi sebagai kewajiban administratif kepada negara. Pola ini mencerminkan keberadaan dua sistem nilai yang berjalan paralel: sistem nilai religius dan sistem nilai kenegaraan. Sebagian responden berupaya mengintegrasikan keduanya secara konseptual, tetapi sebagian lainnya masih menempatkan zakat dalam posisi yang lebih luhur dibanding pajak. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks masyarakat muslim urban, persepsi terhadap otoritas keuangan masih dipengaruhi oleh legitimasi moral dan spiritual yang ditanamkan sejak dini.

b. Preferensi Penyaluran – Lembaga, Saluran, dan Alasan Pemilihan

Pemilihan lembaga atau saluran dalam menunaikan zakat dan pajak mencerminkan tidak hanya kesadaran administratif, tetapi juga dimensi

afektif, kultural, dan digital yang melingkupi keputusan individu. Dalam konteks generasi muda Muslim yang aktif di media sosial, preferensi ini sering kali dibentuk oleh kepercayaan terhadap institusi, pengalaman digital, serta narasi yang beredar di dunia maya. Penelitian ini merancang eksplorasi mendalam terhadap alasan-alasan informan dalam memilih lembaga amil zakat atau dalam menjalankan kewajiban perpajakan mereka.

Beberapa studi menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga zakat sangat dipengaruhi oleh transparansi, pelaporan publik, serta kedekatan emosional antara muzakki dan penerima manfaat. (Al Arif, Nofrianto, and Fasa 2023) Sebaliknya, dalam konteks perpajakan, preferensi saluran pembayaran cenderung bersifat fungsional dan berorientasi pada kemudahan serta kewajiban administratif. Di era digital, aplikasi pembayaran zakat dan e-filing pajak telah mengubah cara interaksi publik dengan lembaga tersebut, namun pengalaman emosional dan persepsi kebermanfaatan tetap menjadi pembeda utama.

Responden menunjukkan kecenderungan kuat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi seperti BAZNAS, LAZ, atau lembaga keagamaan yang dinilai sah secara syar'i. Alasan utama pemilihan lembaga tersebut adalah karena dianggap "terpercaya", "memiliki legalitas", dan "sesuai syariat". Ada pula responden yang memilih saluran digital lembaga zakat karena lebih praktis dan mudah diakses. Kepercayaan terhadap lembaga ini dibangun atas dasar kesesuaian dengan prinsip keagamaan dan rekam jejak distribusi dana yang dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk pajak, metode pembayaran lebih bervariasi. Sebagian besar responden memilih metode daring (e-filing) karena kemudahan teknis dan efisiensi waktu. Ada pula yang membayar melalui pihak ketiga, atau secara langsung ke kantor pajak. Dalam memilih saluran pembayaran pajak, pertimbangan responden umumnya bersifat praktis dan administratif, berbeda dari pertimbangan religius dalam penyaluran zakat.

Pilihan lembaga dan saluran penyaluran zakat dan pajak merefleksikan sistem pertimbangan ganda antara nilai spiritual dan nilai efisiensi. Dalam konteks zakat, keabsahan syar'i dan kredibilitas lembaga menjadi faktor

utama, sedangkan pada konteks pajak, efisiensi prosedural menjadi pertimbangan dominan. Hal ini mencerminkan bahwa dalam praktik sosial masyarakat Muslim muda, keputusan-keputusan keuangan tidak hanya ditentukan oleh logika rasional, tetapi juga dibingkai oleh nilai keagamaan yang terus hidup dalam kesadaran kolektif. Preferensi ini juga menunjukkan adanya kemauan untuk menggunakan sarana modern tanpa mengabaikan dimensi religiusitas.

c. Ketegangan Nilai antara Spiritualitas dan Kepatuhan Hukum

Subtema ini bertujuan untuk menggali dinamika batin profesional muda Muslim ketika dihadapkan pada dua jenis kewajiban: zakat yang bernilai spiritual dan berbasis keikhlasan, serta pajak yang bernilai hukum dan berbasis keharusan administratif. Dalam praktik sosial, sering kali muncul ketegangan antara dorongan religiusitas dan tuntutan legalitas negara, terutama ketika keduanya dipersepsi memiliki muatan yang bertentangan atau bersaing.

Penelitian oleh Ara menunjukkan bahwa sebagian generasi muda memandang zakat sebagai pengganti moral atas pajak, terutama dalam konteks kritik terhadap transparansi dan efektivitas negara dalam menggunakan dana publik. (Ara 2023) Hal ini bisa menimbulkan kecenderungan untuk memprioritaskan zakat sebagai bentuk “pembenaran etis” atas kewajiban sosial, meskipun kewajiban perpajakan tetap diakui secara formal.

Analisis terhadap narasi responden menunjukkan adanya ketegangan antara nilai spiritualitas yang melekat pada zakat dan kepatuhan hukum yang menjadi dasar pemungutan pajak. Beberapa responden secara eksplisit menyatakan bahwa zakat lebih bermakna karena bersifat ibadah dan berdampak langsung kepada mustahik. Sebaliknya, pajak dipandang sebagai kewajiban administratif yang terkadang tidak transparan dalam penggunaannya.

Meskipun demikian, terdapat juga upaya dari sebagian responden untuk merekonsiliasi keduanya. Mereka menyadari bahwa zakat dan pajak memiliki ranah berbeda namun tetap penting dalam sistem sosial modern.

Mereka cenderung melihat zakat sebagai kewajiban agama dan pajak sebagai bagian dari sistem kewarganegaraan yang harus dipenuhi sebagai bentuk tanggung jawab publik.

Dinamika antara spiritualitas dan legalitas tergambar dalam bagaimana responden mempersepsi serta menempatkan zakat dan pajak. Terdapat kecenderungan untuk memaknai zakat sebagai kewajiban ilahiah yang bersifat luhur dan suci, sedangkan pajak ditempatkan dalam wilayah kepatuhan sipil yang bersifat administratif. Ketegangan ini tidak selalu menghasilkan penolakan terhadap pajak, tetapi lebih sebagai ekspresi preferensi terhadap otoritas moral daripada otoritas negara. Dalam konteks ini, muncul upaya rekonsiliasi, di mana kepatuhan hukum diarahkan untuk tidak bertentangan dengan nilai spiritualitas, tetapi justru saling memperkuat sebagai bentuk ibadah sosial dalam kerangka negara modern

d. Pengaruh Media Sosial terhadap Pembentukan Persepsi dan Keputusan

Media sosial sebagai ruang interaksi dan konsumsi informasi memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, termasuk dalam hal pemahaman dan sikap terhadap kewajiban zakat dan pajak. Dalam kalangan profesional muda Muslim, media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk memperoleh informasi, tetapi juga arena untuk mengonstruksi ulang nilai, kepercayaan, dan preferensi sosial-keagamaan. Penelitian ini dirancang untuk menelusuri bagaimana arus informasi digital—baik dalam bentuk dakwah, kampanye, testimoni, maupun diskusi publik—mempengaruhi persepsi terhadap zakat dan pajak.

Eksposur terhadap konten keagamaan digital dapat meningkatkan intensi berzakat, terutama jika disampaikan oleh figur publik atau tokoh agama yang relevan dengan gaya hidup generasi muda. (Listiana et al. 2022) Sebaliknya, dalam ranah pajak, kritik terhadap pengelolaan pajak negara yang viral di media sosial dapat memunculkan skeptisisme yang berpengaruh pada kepercayaan, meskipun belum tentu berdampak langsung terhadap kepatuhan formal.

Media sosial diakui oleh sebagian besar responden sebagai medium yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai zakat dan pajak,

khususnya untuk generasi muda. Responden menyatakan bahwa media sosial “lebih cepat”, “lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari”, dan “lebih informatif” dibandingkan lembaga formal. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dinilai mampu menjangkau khalayak lebih luas serta menyampaikan pesan dengan cara yang menarik.

Namun, efektivitas media sosial dalam mempengaruhi keputusan masih bersifat selektif. Sebagian responden menyatakan bahwa mereka tidak mengubah pilihan lembaga zakat atau metode pembayaran pajak meskipun terpapar informasi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial efektif sebagai alat diseminasi informasi, keputusan akhir tetap ditentukan oleh faktor-faktor seperti kepercayaan, nilai pribadi, dan pengalaman langsung.

Media sosial berperan sebagai ruang diskursif tempat nilai, informasi, dan representasi lembaga zakat/pajak dibentuk dan disebarluaskan. Responden mengakui kekuatan media sosial sebagai saluran edukasi dan persuasi, meski tidak serta-merta menggantikan otoritas formal dalam pengambilan keputusan. Media sosial bertindak sebagai penguat kepercayaan atau sebagai katalis perubahan sikap, tergantung pada kualitas narasi dan kepercayaan yang telah dibangun sebelumnya. Ini menegaskan bahwa identitas religius dan kewargaan digital dibentuk melalui interaksi aktif dalam ruang maya, bukan sekadar sebagai penerima informasi pasif.

e. Konstruksi Identitas Sosial dan Keagamaan di Era Digital

Zakat dan pajak tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme redistribusi sumber daya, tetapi juga berperan dalam membentuk identitas sosial dan keagamaan seseorang. Dalam era digital, proses pembentukan identitas tidak lagi terjadi secara eksklusif dalam ruang privat atau komunitas fisik, melainkan juga di ranah virtual. Profesional muda Muslim, sebagai bagian dari generasi digital, membangun narasi tentang diri mereka melalui interaksi online, termasuk dengan cara menunjukkan kepedulian terhadap zakat dan kepatuhan terhadap pajak.

Media sosial menjadi alat penting dalam menyampaikan ekspresi identitas keagamaan, baik secara simbolik maupun melalui tindakan nyata

seperti publikasi aktivitas berzakat. (Hidayatullah and Asyari 2023) Di sisi lain, keterlibatan dalam diskusi pajak dan transparansi fiskal juga bisa menjadi bagian dari citra diri sebagai warga negara yang peduli. Dalam konteks ini, zakat dan pajak dapat menjadi elemen dalam konstruksi identitas digital yang bersifat spiritual sekaligus sipil.

Responden membentuk identitas sosial dan keagamaannya melalui cara mereka menyeleksi informasi, memilih saluran penyaluran dana, serta merespons kampanye digital. Ada kesadaran kolektif yang muncul bahwa keagamaan tidak lagi bersifat privat, melainkan juga ditampilkan dan dikelola dalam ruang publik digital. Beberapa responden menyatakan pentingnya transparansi lembaga, terutama dalam bentuk laporan penggunaan dana zakat atau pajak, yang menegaskan kebutuhan akan akuntabilitas di era digital.

Identitas keagamaan generasi muda tampak terwujud dalam kombinasi antara spiritualitas personal dan rasionalitas digital. Mereka memilih lembaga yang tidak hanya sah secara agama, tetapi juga aktif secara digital, komunikatif, dan transparan. Kampanye digital yang interaktif, edukatif, dan inspiratif lebih diapresiasi daripada sekadar promosi institusional.

Era digital telah membentuk ulang cara individu mempraktikkan dan memproyeksikan identitas keagamaannya. Keputusan untuk memilih lembaga zakat atau bentuk kepatuhan pajak tidak semata berdasarkan tradisi, melainkan juga didasarkan pada citra digital, keterbukaan informasi, dan keaktifan komunikasi lembaga. Dalam konteks ini, identitas religius menjadi bagian dari identitas publik yang dibangun di media sosial. Munculnya tuntutan akan transparansi dan akuntabilitas menunjukkan adanya pergeseran dari ketaatan tradisional menuju partisipasi kritis berbasis informasi, khas masyarakat digital yang reflektif.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan sikap profesional muda Muslim terhadap zakat dan pajak tidak dapat dipisahkan dari konteks kehidupan digital mereka. Media sosial telah menjadi medan penting dalam membentuk,

memperkuat, dan bahkan menegosiasikan makna-makna religius dan kewargaan, khususnya dalam kaitannya dengan dua kewajiban sosial tersebut.

Zakat dipersepsi sebagai kewajiban spiritual yang sarat nilai moral dan emosional, sementara pajak lebih sering dipandang sebagai kewajiban administratif yang diatur negara. Ketegangan ini bukan hanya bersifat konseptual, tetapi nyata dalam praktik sosial dan keputusan finansial responden. Preferensi terhadap lembaga penyalur zakat dan saluran pembayaran pajak dibentuk oleh interaksi antara kepercayaan, nilai religius, pengalaman digital, dan ekspektasi terhadap transparansi.

Media sosial memainkan peran ganda: sebagai sumber informasi dan ruang diskusi yang memediasi persepsi, sekaligus sebagai platform ekspresi identitas sosial dan keagamaan. Responden menggunakan media sosial tidak hanya untuk mengetahui program lembaga zakat/pajak, tetapi juga sebagai sarana untuk menyatakan sikap, mengukur kredibilitas lembaga, dan meneguhkan pilihan religius atau kewargaan secara simbolik.

Temuan penting dari penelitian ini juga memperlihatkan adanya semacam spiritual citizenship, di mana profesional muda Muslim mencoba menjembatani dua sistem otoritas — agama dan negara — melalui keputusan-keputusan reflektif berbasis nilai, bukan sekadar formalitas hukum. Dalam konteks ini, zakat dan pajak bukan hanya transaksi ekonomi, tetapi juga sarana artikulasi identitas, moralitas, dan partisipasi digital.

Daftar Pustaka

- Al-Qardhawi, Yusuf. 1998. "Fiqh Zakah (Terj.)." *Bogor: Pustaka Litera AntarNusa*.
- Ansori, Hafidz Ridho, and Evony Silvino Violita. 2025. "Transparency and Accountability in Zakat Institutions"
- Ara, Alvarenza Willy. 2023. "Konsep Zakat Sebagai Pengganti Pajak: Analisis Terhadap Aspek Kewajiban Dan Pelaksanaan." *Al-Aflah*
- Arif, Mohammad Nur Rianto Al, Nofrianto Nofrianto, and Muhammad Iqbal Fasa. 2023. "The Preference of Muslim Young Generation in Using Digital Zakat Payment: Evidence in Indonesia." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*

- Hidayatullah, Syarif, and Asyari Asyari. 2023. "The Influence of Religiosity, Zakat Knowledge and Social Media on the Interest in Paying Zakat of Educated Millennial Muslims." *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*
- Listiana, Arum Nanda, Berliana Khairunnisa, Naura Nabila Nasution, and Shofi Balqissafira Afna. 2022. "Digitalisasi Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19." *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*
- Mardiasmo. 2023. *Perpajakan-Edisi Terbaru*. Edited by Fransisca Yulia A. Cet I. Andi Yogyakarta.
- Rida Faizah, Maftuhah. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Generasi Milenial." *MUMTAZ : Jurnal Pendidikan Agama Islam*