

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MUZAKKI DALAM MENGELUARKAN ZIS MELALUI
LEMBAGA AMIL
(Studi Kota Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh:

**Sarah Amalia Rosa
135020501111006**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MUZAKKI DALAM MENGELUARKAN ZIS MELALUI LEMBAGA AMIL
(Studi Kota Malang)

Yang disusun oleh :

Nama : Sarah Amalia Rosa
NIM : 135020501111006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 18 Desember 2018.

Malang, 18 Desember 2018

Dosen Pembimbing,

Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I.

NIP. 19840123 201504 1 002

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS
Melalui Lembaga Amil (Studi Kota Malang)

Sarah Amalia Rosa, Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

ajengsarah04@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian membahas tentang apa saja factor-faktor yang mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amil, dengan skala likert masing-masing variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang nantinya akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen kuesioner yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan 4 skor agar responden dapat memberikan jawaban yang pasti. Lalu hasil yang akan diberikan responden selanjutnya akan diolah dengan alat analisis yang sesuai.

Kata kunci: ZIS, Muzakki, Lembaga amil

A. PENDAHULUAN

Dalam Islam, Sedekah di bagi menjadi dua yaitu sedekah wajib dan sunnah. Sedekah wajib adalah zakat sedangkan sedekah sunnah meliputi infak, sedekah jariyah, wakaf, hingga sumbangan tenaga dan pikiran. Infaq mencakup pengeluaran dalam bentuk harta benda, sedangkan sedekah mencakup pengeluaran baik dalam bentuk harta benda maupun lainnya. Zakat secara bahasa bermakna suci, bersih, tumbuh (Riani, 2012). Berbeda dengan infaq dan shadaqah, zakat merupakan kewajiban yang diperintahkan, sebagai suatu bentuk penyempurnaan orang muslim yang hartanya telah mencapai nishab, sama seperti kewajiban sholat untuk menjadi seorang muslim yang sesungguhnya (Dianingtyas, 2011).

Sejak berlakunya Undang-undang tersebut jumlah pengumpulan zakat melalui BAZNAS maupun LAZ dari tahun 2002 sampai 2015 terus bertambah dan mencapai 3650 milyar rupiah, namun pengumpulan dana ZIS tersebut belum seperti yang diharapkan bila dilihat dari populasi muslim yang ada di Indonesia (BAZNAS, 2017). Jika dilihat dari potensi yang dimiliki Indonesia, menurut hasil riset BAZNAS tentang optimalisasi potensi zakat nasional menunjukkan bahwa potensi zakat secara nasional per tahun dapat mencapai 217 triliun rupiah atau setara dengan 3,40% dari total PDB nasional. Tetapi dalam realisasinya, dana zakat yang terkumpul secara nasional dikatakan masih sangat kecil (Harahab, 2016). Menurut studi yang diteliti oleh PIRAC (Survei Public Interest Research and Advocacy Center) menjelaskan pada tahun 2007 potensi dana zakat nasional sebesar 11.5 triliun rupiah, atau naik hampir dua kali lipat dari hasil survei potensi zakat tahun 2004 yang hanya mencapai 6.1 triliun rupiah. Riset lain yang dilakukan oleh IMZ (Indonesia Magnificence of Zakat) tahun 2009 mempekirakan potensi zakat nasional mencapai 12.7 triliun rupiah (skenario pertama) atau 12.3 triliun rupiah (skenario kedua). Dari jumlah tersebut, potensi penghimpunan dana zakat oleh BAZ dan LAZ adalah 9911 milyar dan 884 milyar rupiah. Hal ini didasarkan pada jumlah keluarga sejahterah di Indonesia adalah 41,409,631 juta

jiwa, populasi muslim di Indonesia sekitar 86% dari total penduduk Indonesia, presentase muzakki 55% dari populasi muslim di Indonesia, potensi penghimpunan zakat oleh BAZ dan LAZ sekitar 7.2% dari potensi zakat nasional.

Dengan mendasarkan data yang diolah dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS), Badan Pusat Statistik (BPS), dan BI mengklarifikasi potensi zakat secara nasional berdasarkan kategori pelaku ekonomi dalam 3 kelompok yaitu potensi zakat rumah tangga, potensi zakat industri menengah dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dihitung berdasarkan keuntungan atau laba dari perusahaan bisnis yang intinya sejalan dengan aturan syariah. Terkait dengan potensi zakat rumah tangga provinsi, Jawa Barat menempati posisi pertama sebesar Rp. 17,67 triliun, disusul dengan Jawa Tengah sebesar Rp. 15,49 triliun, lalu selanjutnya Jawa Timur Rp. 13,28 triliun. (BAZNAS, 2017)

Untuk Kota Malang yang merupakan kota terbesar kedua setelah Surabaya menurut jumlah penduduknya yaitu sebanyak 2.544.315 jiwa (BPS, 2015) dengan luas wilayah 252,10 km², dan untuk jumlah masyarakat muslim atau beragama islam mencapai 2.297.990 jiwa (Kemenag, 2014), serta terdapat Badan Amil Zakat yang dibentuk oleh pemerintah yaitu BAZNAS Kota Malang, selain milik pemerintah juga terdapat instansi yang menerima dan menyalurkan zakat yang di bentuk oleh masyarakat yaitu Lembaga Amil Zakat (LAZ). Menurut Kementerian Agama Kota Malang Lembaga Amil yang terdapat di Malang mencapai 17 lembaga dan 1 BAZNAS sehingga diharapkan masyarakat menyalurkan dana ZIS melalui lembaga tersebut, namun dengan banyaknya LAZ di Kota Malang ternyata tidak berdampak terhadap kesadaran masyarakat untuk menyalurkan ZIS-nya ke lembaga zakat. Menurut BAZNAS (2017) 72,8% masyarakat lebih memilih membayar ZIS melalui lembaga tidak berbadan hukum atau informal, sisanya 27,2% menyalurkan melalui lembaga zakat. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih memilih langsung menyalurkan zakat tersebut kepada *mustahiq*.

Masyarakat Indonesia cenderung menyalurkan zakat secara langsung dengan presentase sebesar 44% lalu masyarakat menyalurkan dana ke masjid sebesar 36%, menyalurkan zakat kepada Lembaga Amil Zakat sebesar 8,8% sedangkan untuk masyarakat yang menyalurkan zakat pada Badan Amil Zakat sebesar 6% dan 5% masyarakat menyalurkan zakat pada organisasi (Bariyah dalam Reza, 2014).

Menurut Kothler dan Armstrong (2008) menjelaskan ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Budaya : subbudaya dan kelas sosial
- b. Sosial : kelompok referensi, keluarga, peran dan status
- c. Pribadi : usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- d. Psikologi : motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Zakat

Zakat merupakan rukun Islam ketiga ini disebut dalam Al-Qur'an, dalam kitab-kitab hadits, yang kemudian dikembangkan oleh ijtihad manusia yang memenuhi syarat dalam berbagai aliran hukum Islam. Karena itu, pengertiannya seringkali berbeda (di antara aliran-aliran hukum tersebut) (Ali, 1988).

Arti dan definisi zakat artinya tumbuh dengan subur. Makna lainnya yaitu sebagaimana digunakan dalam Al-Qur'an adalah suci dari dosa. Dalam kita-kitab hukum Islam, perkataan zakat itu diartikan dengan suci, tumbuh dan berkembang serta berkah. Dan jika pengertian itu dihubungkan dengan harta, maka menurut ajaran Islam, harta yang dizakati itu akan tumbuh berkembang, bertambah karena suci dan berkah (membawa kebaikan bagi kehidupan yang punya). Jika di tarik kesimpulan, maka zakat adalah bagian dari harta yang wajib diberikan kepada setiap muslim yang memenuhi syarat kepada orang-orang tertentu, dengan syarat-syarat tertentu pula (Fauza, 2013).

Pengertian Infaq

Infaq adalah pengeluaran sukarela yang dilakukan seseorang setiap kali ia memperoleh rezeki, sebanyak yang dikehendakinya sendiri. Infaq berasal dari kata "*anfaqa*" yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut etimologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nishab. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah (Ali, 1988).

Dalam kitab *Ta'rifat* bahwa infaq adalah penggunaan harta untuk memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan pemberi maupun penerima. Dengan kata lain, infaq merupakan kegiatan penggunaan harta secara konsumtif, yakni pembelanjaan atau pengeluaran harta untuk memenuhi kebutuhan secara produktif yaitu penggunaan harta untuk dikembangkan atau diputar lebih lanjut secara ekonomis (Cholisoh, 2011).

Pengertian Shadaqah

Shadaqah atau sedekah adalah pemeberian sukarela yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, terutama kepada orang-orang miskin, setiap kesempatan terbuka yang tidak ditentukan baik jenis, jumlah maupun waktu. Shadaqah atau sedekah berasal dari kata "*shadaqa*" yang berarti benar. Orang yang menyukai bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut terminologi pengertian sedekah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infaq berkaitan dengan materi saja, namun sedekah memiliki arti lebih luas (Fauza, 2013). Dalam hadist riwayat Imam Muslim dari Abu Dzar, Rasulullah menyatakan bahwa jika tidak mampu bersedekah dengan harta maka membaca tasbih, membaca takbir, tahmid, tahlil, dan melakukan kegiatan *amar ma'ruf nahi munkar* adalah sedekah. (Subandi, 2017)

Dasar Hukum ZIS

Dasar hukum zakat yaitu wajib 'ain (*fardhu 'ain*) bagi setiap muslim apabila telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat. Zakat merupakan kewajiban yang disepakati oleh umat Islam dengan berdasarkan dalil A-Qur'an dan hadist. (Subandi, 2017). Sanksi dari orang yang tidak mau atau enggan mengeluarkan zakat di dunia adalah harta bendanya akan hancur, dan jika keengganan ini memasal, Allah SWT akan menurunkan berbagai adzab, seperti musim kemarau yang panjang, sedangkan di akhirat kelak harta benda yang disimpan dan ditumpuk tpa dikeluarkan zakatnya akan berubah menjadi adzab bagi pemiliknya (Hafidhuddin, 2002).

Berbeda dengan zakat, infak dan shadaqah hukumnya sunnah. Sunnah berarti anjuran yang jika dikerjakan berpahala dan jika ditinggalkan tidak berdosa. Dalam Al-Quran, jika seorang muslim mengerjakan anjuran untuk berinfaq dan bershadaqah, maka Allah telah menjajikan mereka dengan ampunan, pahala, dan pertolonganNya. Meskipun tergolong amalan sunnah, pentingnya dan makna sedekah bagi seorang muslim sangatlah besar. Kholiq dalam Indahsari (2010). Seorang muslim wajib berzakat jika syaratnya cukup, yaitu merdeka, muslim, dan memiliki harta, yang memenuhi syarat wajib zakat yang umumnya berupa kepemilikan penuh, berkembang, mencapai nisabnya, lebih dari kebutuhan primer, dan bebas hutang.

Pengertian Institusi Zakat

Institusi zakat merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang pengelolaan dana zakat dan penyaluran zakat (Muhammad dalam Fauza,2013). Defini pengelolaan zakat menurut UU no. 23 tahun 2011 adalah yang dimaksud dengan pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Tujuan dari pengelolaan zakat menurut UU no. 23 tahun 2011 adalah meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Lembaga Zakat Milik Negara (BAZ)

Pemerintah berupaya menyempurnakan sistem pengelolaan zakat di Indonesia agar potensi zakat dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki kondisi sosial ekonomi bangsa (Hafinudin dalam Fauza, 2013). Untuk itu pada tahun 1999, pemerintah bersama dengan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menerbitkan Undang-Undang nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, kemudia diikuti Keputusan Menteri Agama RI nomor 581 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, serta keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarkat Islam dan Urusan Haji nomor D/291 tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat (Muzdalifah, 2014). Berdasarkan undang-undang nomor 38 tahun 1999, pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah yang terdiri dari masyarakat dan unsur pemerintah untuk tingkat kewilayaan dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola oleh masyarakat yang terhimpun dalam berbagai ormas Islam, yayasan, dan institusi lainnya.

Lembaga Zakat Milik Masyarakat (LAZ)

Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan lembaga yang dibentuk oleh masyarakat, dan tidak memiliki hubungan dengan BAZ. BAZ dan LAZ masing-masing berdiri sendiri dalam pengelolaan zakat (Fauza, 2013). Keberadaan LAZ yang tetap dilindungi dan diberi keleluasaan untuk mengelola zakat merupakan cara pemerintah untuk tetap mendorong peran serta masyarakatdalam pengelolaan zakat (Kemenag RI, 2013). Lembaga Amil Zakat berdasarkan keputusan Menteri Agama RI nomor 373 tahun 2003 tentang pelaksanaan UU nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat adalah institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama.

Teori Perilaku Konsumen

Menurut Engel (1968) perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Menurut Sholahudin (2012) perilaku konsumen merupakan perbuatan-perbuatan untuk memenuhi kebutuhan naluri dan kebutuhan fisiknya. Dalam berperilaku, manusia memiliki kewenangan untuk memilih apakah akan melakukan aktivitas tersebut atau tidak.

Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi dalam arti ekonomi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan tujuan manusia mengkonsumsi dalam arti terpenuhinya berbagai macam keperluan baik kebutuhan pokok, sekunder, maupun kebutuhan jasmani dan rohani. Sedangkan pengertian konsumsi dalam Islam adalah pemenuhan kebutuhan baik jasmani dan rohani yang bertujuan untuk mendapatkan kemaslahatan dunia dan akhirat. Dalam melakukan kegiatan konsumsi maka perilaku konsumen harus didasari pada Al-Qur'an dan hadist yang merupakan pedoman hidup manusia di dunia dan akhirat. Mashlahah yang dimaksud untuk memperoleh manfaat dan berkah dari Allah SWT (Raharja dalam Hulwani, 2017). Perbedaan antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistic semata-mata dan pola konsumsi modern (konvensional).

Pendapatan sebagai salah satu indikator dalam mempengaruhi perilaku muzakki untuk mengeluarkan dana ZIS melalui LPZ.

Pendapatan adalah tambahan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat tetap. Sumber pendapatan dapat bersifat material seperti tanah, atau non material seperti pekerjaan, atau bisa juga dari keduanya. Pendapatan pada dasarnya merupakan timbal balik yang diterima pemilik faktor produksi atas hasil kerjanya dalam proses produksi. Masing-masing faktor produksi seperti tanah akan memperoleh balas jasa dalam bentuk sewa tanah, tenaga kerja akan memperoleh balas jasa berupa gaji/upah dan profesional yang memiliki keahlian tertentu akan memperoleh balas jasa dalam bentuk laba (Qardawi dalam Satrio dan Siswantoro, 2016). Pendapatan adalah uang yang diterima seseorang dalam perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lain sebagainya, bersama dengan tunjangan pengangguran, uang pension, dan lain sebagainya (Pass dan Lowes, 1994).

Kepercayaan sebagai salah satu indikator dalam mempengaruhi perilaku muzakki untuk mengeluarkan dana ZIS melalui LPZ.

Menurut Kotler (2009) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergabung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti integritas, kejujuran, dan kebaikan hati dari perusahaan. Menurut Lendar dan Andi dalam Yuningsih (2016) menyatakan kepercayaan antar partisipan dapat disebabkan oleh faktor internal eksternal. Reputasi suatu lembaga dalam suatu kegiatan akan sangat menentukan dan mempunyai dampak terhadap kepercayaan masyarakat. Kepercayaan itu sendiri muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.

Persepsi sebagai salah satu indikator dalam mempengaruhi perilaku *muzakki* untuk mengeluarkan dana ZIS melalui LPZ.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Menurut Kotler dan Armstrong persepsi dipengaruhi oleh rangsangan yang membentuk persepsi itu sendiri yang dipengaruhi oleh tiga proses perseptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu atensi selektif, distorsi selektif, dan referensi selektif. Yang pertama atensi selektif yaitu kecenderungan orang untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka dapat berbeda-beda. Kedua distorsi selektif menggambarkan kecenderungan orang untuk menerjemahkan informasi dalam cara yang akan mendukung apa yang telah mereka percayai. Ketiga retensi selektif biasanya konsumen cenderung mengingat hal-hal baik yang disebutkan tentang produk yang kita sukai dan melupakan hal-hal baik yang disebutkan tentang produk pesaing atau singkatnya manusia juga akan melupakan sebagian besar hal dipelajarinya, manusia cenderung mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka.

Religiusitas sebagai salah satu indikator dalam mempengaruhi perilaku *muzakki* untuk mengeluarkan dana ZIS melalui LPZ.

Religiusitas menunjuk pada tingkat keterkaitan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Religiusitas berasal dari kata *religi* dalam bahasa latin "*religio*" yang artinya mengikat. Religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Menurut Sugiyono (2009) mengartikan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Oleh karena itu peneliti akan berusaha menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif.

Metode Analisis Data

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *alphacronbach* dengan menggunakan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka lebih besar 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Mustafa dalam Putri, 2016).

Analisis Regresi Logistik (LOGIT)

Analisis regresi adalah bentuk regresi yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, ketika variabel dependen adalah sebuah data dengan ukuran biner/dikotomi (ya atau tidak, sukses atau gagal, setuju atau tidak setuju). Sementara, jenis data untuk variabel independen dapat berupa jenis data nominal, ordinal, interval, atau rasio. Regresi

logistik tidak membutuhkan asumsi-asumsi klasik, hal tersebut dikarenakan variabel dependen yang digunakan merupakan variabel dummy yaitu 0 dan 1 (Anfal, 2017).

1. Uji *Overall Model Fit*
2. Uji Determinasi (R^2)
3. Uji Kelayakan Model Regresi
4. Uji Signifikansi Individual

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pengelolaan Zakat Oleh Lembaga Amil Di Kota Malang

Menurut undang-undang no. 23 tahun 2011 mendefinisikan pengelolaan zakat adalah yang dimaksud dengan pengelolaan zakat adalah kegiatan peencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Dan berdasarkan undang-undang no. 38 tahun 1999, pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola oleh masyarakat yang terhimpun dalam berbagai ormas islam, yayasan dan institusi lainnya (Muzdalifah, 2014). Lembaga Amil Zakat (LAZ) di persyaratkan terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang bergerak di bidang pendidikan, dakwah, dan sosial, berbentuk badan hukum umumnya yayasan dan mendapat persetujuan dalam pendiriannya di setujui oleh BAZNAS.

Uji Validitas

Untuk mengetahui instrument yang valid dan tidak valid, dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment.

Untuk kriteria pengujian menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ demikian sebaliknya hipotesa alternative (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Item	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0.499	0.361	Valid
X2.2	0.723	0.361	Valid
X2.3	0.656	0.361	Valid
X2.4	0.704	0.361	Valid
X2.5	0.536	0.361	Valid
X3.1	0.76	0.361	Valid
X3.2	0.687	0.361	Valid
X3.3	0.615	0.361	Valid
X3.4	0.576	0.361	Valid
X3.5	0.459	0.361	Valid
X4.1	0.715	0.361	Valid
X4.2	0.377	0.361	Valid
X4.3	0.632	0.361	Valid
X4.4	0.698	0.361	Valid
X4.5	0.761	0.361	Valid
X5.1	0.467	0.361	Valid
X5.2	0.751	0.361	Valid
X5.3	0.607	0.361	Valid
X5.4	0.695	0.361	Valid
X5.5	0.619	0.361	Valid
X6.1	0.797	0.361	Valid
X6.2	0.691	0.361	Valid
X6.3	0.587	0.361	Valid
X6.4	0.554	0.361	Valid
X6.5	0.765	0.361	Valid
X6.6	0.763	0.361	Valid
X6.7	0.788	0.361	Valid
X6.8	0.894	0.361	Valid
X6.9	0.825	0.361	Valid
X6.10	0.843	0.361	Valid

Di atas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian.

Uji Reabilitas

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Variabel	Cronbach	Batas	Keterangan
X2	0.611	0.600	Reliabel
X3	0.604	0.600	Reliabel
X4	0.651	0.600	Reliabel
X5	0.612	0.600	Reliabel
X6	0.908	0.600	Reliabel

Di atas diketahui bahwa nilai dari *Cronbach* alpha untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,600 dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

Hasil Analisis Regresi Logistik

Uji Kelayakan Model Regresi

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3.805	8	.874

Di atas, pengujian nilai *chi-square* sebesar 3,805 dengan signifikansi (p) sebesar 0,874. Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dapat disimpulkan mampu

Uji Overall Model Fit

Perbandingan Nilai -2LL Awal dengan Nilai -2LL Akhir

-2LL	Nilai
Awal (Block 0)	125,374
Akhir (Block 1)	76,732

Di atas, nilai -2LL awal sebesar 125,374. Setelah dimasukkan keenam variabel independen maka nilai -2LL akhir mengalami penurunan sebesar 76, 732. Penurunan ini menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang digunakan fit dengan data.

Adapun hasil probabilitas masing-masing responden dan distribusi hasil peluang untuk menunjukkan kecenderungan variabel sebagai berikut:

Classification Table

Observed		Predicted			
		Y		Percentage Correct	
		.00	1.00		
step 1	Y	.00	20	12	62.5
		1.00	7	61	89.7
Overall Percentage					81.0

a. The cut value is .500

Dapat dilihat bahwa dari 100 responden terdapat 32 responden tidak setuju dan setelah di prediksi dengan analisis logistik terdapat 12 responden yang berpindah menjadi setuju atau dengan kata lain sebesar 62,5% dari 32 responden setuju dalam mengeluarkan ZIS melalui lembaga amil. Kemudian dari 68 responden yang setuju mengeluarkan ZIS melalui lembaga amil, setelah diprediksi dengan

analisis regresi logistik menghasilkan 7 responden yang tidak setuju dalam mengeluarkan ZIS melalui lembaga amal atau sebesar 89,7% dari 68 responden yang setuju dalam mengeluarkan ZIS melalui lembaga amal. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh secara umum model yang dapat diandalkan dalam memprediksi para responden sebesar 81%.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	76.732 ^a	.385	.539

Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.

Uji regresi logistik diperoleh nilai *Nagelkerke R square* sebesar 0,539 yang berarti variabilitas variable dependen yang dapat dijelaskan oleh variable independen adalah sebesar 53,9%, sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variable-variabel lain diluar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa variable bebas memberikan pengaruh sebesar 53,9% terhadap variable terikat. Hal ini dapat karena jumlah responden yang mengeluarkan dana zisnya melalui lembaga amal hanya sebanyak 68 responden dari 100 responden sehingga nilai variabel bebas yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat hanya sebesar 53,9%.

Uji Hipotesis

Omnibus Test of Model Coefficients.

	chi-square	df	Sig.
Step	48.642	6	.000
Step 1 Block	48.642	6	.000
Model	48.642	6	.000

Tersebut diperoleh nilai peluang chi square $0,000 \leq \alpha 0,05$ perhitungan ini menunjukkan bahwa variable pendapatan, pengetahuan ZIS, pengetahuan lembaga amal, kepercayaan, persepsi masyarakat, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku muzakki dalam mengeluarkan ZIS melalui lembaga amal atau hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti diterima.

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS Melalui Lembaga Amil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amal. Dapat dilihat tingkat signifikansi (p) sebesar 0,012 lebih kecil dari $\alpha=5\%$ (0,05) menandakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen. Tanda koefisien positif (1,124) hal ini berarti individu yang memiliki penghasilan yang tinggi maka akan mempunyai kecenderungan untuk mengeluarkan zis melalui lembaga amal. Karena sebagai umat muslim kita sudah mengetahui jika pendapat sudah mencapai nishab dan haulnya maka kita sebagai umat muslim harus menunaikan zakat, infaq, shadaqah sebagai mana yang telah diperintahkan Allah dalam al-Qur'an yang dijelaskan bahwa kita sebagai umat muslim wajib mendirikan shalat dan menunaikan zakat, dengan mengeluarkan zakat tersebut akan membersihkan harta yang kita miliki, dan harta yang dizakati akan tumbuh berkembang dan bertambah karena suci dan berkah (dapat membawa kebaikan

bagi kehidupan) sehingga hasil yang didapat dari analisis regresi logistik ini signifikan.

Pengaruh Pengetahuan zis dan lembaga amil Terhadap Perilaku Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS Melalui Lembaga Amil

Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan zis dapat mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amil. Dapat dilihat dari nilai signifikansi (p) sebesar 0,008 lebih kecil dari $\alpha=5\%$ (0,05) menandakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen. Tanda koefisien positif (0,699) yang artinya individu yang lebih mengerti dan paham mengenai zis maka akan memiliki kecenderungan untuk lebih mengeluarkan dana zisnya melalui lembaga amil. Untuk hasil pengetahuan lembaga amil dapat mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amil. dapat dilihat dari nilai signifikansi (p) sebesar 0,033. Karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ (0,05) menandakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen. Tanda koefisien pada variabel ini positif (0,569) yang artinya individu yang sudah mengetahui lembaga amil akan cenderung untuk mengeluarkan dana zisnya

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS Melalui Lembaga Amil

Pada hasil penelitian ini faktor kepercayaan dapat mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amil. Dapat dilihat dari nilai signifikansi (p) sebesar 0,039. Karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ (0,05) menandakan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien variabel kepercayaan ini positif (0,522) yang artinya jika individu sudah percaya kepada suatu lembaga amil maka individu tersebut akan cenderung untuk menyalurkan dana zisnya melalui lembaga amil, atau apabila nilai kepercayaan akan meningkat maka akan mempunyai kecenderungan respon positif terhadap perilaku muzakki dalam menyalurkan zis melalui lembaga amil.

Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Perilaku Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS Melalui Lembaga Amil

Hasil dari penelitian ini faktor persepsi masyarakat terhadap perilaku muzakki dalam mengeluarkan dana zis melalui lembaga amil tidak berpengaruh. Dapat dilihat dari nilai signifikansi (p) sebesar 0,661 lebih besar dari $\alpha=5\%$ (0,05) menandakan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien faktor persepsi masyarakat ditandai dengan negative (-0,085) yang artinya faktor persepsi masyarakat tidak mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan dana zisnya melalui lembaga amil.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Muzakki Dalam Mengeluarkan ZIS Melalui Lembaga Amil

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amil. Nilai signifikansi (p) sebesar 0,036 lebih kecil dari $\alpha=5\%$ (0,05), menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Koefisien pada faktor religiusitas ditandai positif (0,125) yang artinya jika individu tersebut memiliki religiusitas yang tinggi maka mereka akan lebih cenderung mengeluarkan zisnya melalui lembaga amil.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada perhitungan analisis regresi logistic diperoleh variabel bebas yaitu pendapatan, pengetahuan mengenai zakat, infaq, dan shadaqah serta lembaga amal, kepercayaan, persepsi masyarakat, dan religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku muzakki dalam mengeluarkan zis melalui lembaga amal.

Dalam menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah para muzakki dipengaruhi oleh pola pikir yang didasarkan dari tingkat pendapatan yang telah didapat setiap muzakki. Tingkat pendapatan mempengaruhi muzakki dalam mengalurkan dana zisnya melalui lembaga amal karena seperti yang telah diperintah untuk umat muslim jika pendapatan telah tercapainya nishab dan haulnya maka wajib dikeluarkan. Faktor lain yaitu pengetahuan mengenai zis dan lembaga amal dimana pada faktor ini mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan dana zisnya melalui lembaga amal karena dengan pengetahuan yang dimiliki muzakki yang didasarkan dari informasi yang didapat serta pembelajaran yang pernah dialami akan memberikan referensi atau pun dorongan untuk muzakki dalam menyalurkan dana zisnya melalui lembaga amal.

Faktor selanjutnya yaitu kepercayaan dimana pada faktor ini mempengaruhi muzakki dalam mengeluarkan dana zisnya melalui lembaga amal karena dengan kepercayaan muzakki terhadap lembaga amal dalam mempercayakan dananya untuk dikelola serta kredibilitas yang dimiliki lembaga amal mempunyai andil dalam mempengaruhi muzakki untuk menggunakan lembaga amal dalam penyaluran dana zisnya.

Faktor selanjutnya yaitu persepsi masyarakat, dimana dalam faktor persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap perilaku muzakki dalam mengeluarkan dana zisnya melalui lembaga amal karena dalam menyaring, menyerap, menerjemahkan informasi pada setiap individu berbeda-beda sehingga bukan hal yang aneh jika seringkali terjadi perbedaan paham yang disebabkan oleh perbedaan persepsi antara dua orang terhadap satu objek (menyalurkan zisnya melalui lembaga amal).

Faktor terakhir yaitu religiusitas dimana dalam faktor religiusitas mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan dana zisnya melalui lembaga amal karena religiusitas merupakan pengabdian individu terhadap agama yang dianut.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan hasil yang telah diperoleh peneliti dapat memberikan saran yaitu lembaga amal di Kota Malang diharapkan tetap memberikan program-program yang inovatif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan muzakki karena akan sangat menguntungkan muzakki dan mustahiq dan daerah distribunya diperluas agar kesejahteraan masyarakat juga semakin luas. Dan diharapkan membuat sosialisasi dan memperkenalkan program yang dimiliki dengan cara yang menarik seperti mengadakan seminar, workshop, bulletin yang menampilkan sistem penyaluran ZIS sehingga akan mengubah cara pandang masyarakat bahwa dengan menyalurkan dana ZISnya melalui lembaga amal akan lebih baik dibanding dengan menyalurkan langsung. Upaya ini ditempuh mengingat masih banyak masyarakat yang belum tahu dengan pasti manfaat dalam membayar ZIS melalui lembaga amal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad Daud. 1988. *Sistem Ekonomi Islam: Zakat dan Wakaf*. Jakarta: UI-Press.
- Anfal, Mohammad Ali. 2017. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Transaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Tbk. Kota Malang)*. Skripsi. Diterbitkan Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Arief, Suyoto. 2012. *Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam*.
- A'yun, Alvira 'Aina. 2017. *Analisis Faktor Tingkat Pendidikan, Religiusitas, dan Pendapatan Dalam Mempengaruhi Kepatuhan Individu Mengeluarkan Zakat Maal (Studi Kasus Pegawai Di Kementerian Agama Malang)*. Skripsi. Diterbitkan Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Badan Amil Zakat Nasional. 2017. *Outlook Zakat Indonesia*. Jakarta.
- Badan Amil Zakat Nasional. 2016. BAZNAS Siapkan Strategi Kebangkitan Zakat. Diakses dari <http://pusat.baznas.go.id/posko-aceh/baznas-siapkan-strategi-kebangkitan-zakat/> pada 20 Mei 2017.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Sensus Penduduk Kota Malang. Diakses dari <https://www.bps.go.id/> pada 20 Desember 2017.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Sensus Penduduk Kota Malang. Diakses dari <https://www.bps.go.id/> pada 2 Februari 2018.
- Cholisoh, Nur. 2011. Peran Badan Amil Zakat (BAZ) dan Implikasi Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan (Studi Kasus BAZ Kota Malang).
- Dianingtyas, Anindita. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiapan Karyawan Membayar Zakat Profesi Melalui Pemotongan Gaji (Studi Kasus Direktorat Jenderal Perbendaharaan Negara Departemen Keuangan Republik Indonesia). *Media Ekonomi*, Vol.19 No.3.
- Engel, Blackwell, & Minard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fauza, Yaumil. 2013. *Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Institusi Pembayaran Zakat Di Kota Medan*. Skripsi. Diterbitkan Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahab, Yulkarnain. 2016. Kesadaran Hukum Umat Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Membayar Zakat Melalui Amil Zakat. *Mimbar Hukum*, Volume 28 Nomor 1.
- Hafidhuddin, Didin. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/4860/1/112311011.pdf> pada 5 Januari 2018.
- Hulwani, Novita Zati. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal MUI (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. Skripsi. Diterbitkan Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Indahsari, Kurniyati. 2010. *Perilaku Pengambilan Keputusan Individu Muslim dalam Menunaikan Zakat, Infak, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWA) Melalui*

- Lembaga Amil (Studi di Kabupaten Bangkalan Madura)*. Disertasi. Diterbitkan Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muzdalifah, M. 2014. *Pengaruh Strategi Pengumpulan Dana Zakat (below the line and above the line) Terhadap Peningkatan Perolehan Dana Zakat Pada Lembaga Yayasan Dana Sosial Al-Falah Surabaya*. Tesis. Diterbitkan Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pass, Christopher., Lowes, Bryan. 1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Molek Amalia Hansa. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Mengenai Wakaf Uang (Studi Pada Nazhir di Kota Malang)*. Skripsi. Diterbitkan Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Riani, Deni. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Pada BAZNAS Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Diterbitkan Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Satrio, Eka & Siswanto, Dostik. 2016. Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan, dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*.
- Schiffman & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sholahudin, Muhammad dan Lukman Hakim. 2012. *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Subandi, S. 2017. Manajemen Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Produktif (ZIS Berbasis Kewirausahaan di LAZIS NU Kota Metro). *Jurnal Kajian Agama, Sosial, dan Budaya*, Vol. 1 No. 1.
- Sugiyono, S. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, S. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yuningsih, Astri., Abdillah., & Nasution, Mulia. 2016. Pengaruh Faktor Pendapatan, Pengetahuan Zakat, dan Kredibilitas Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Pengelola Zakat. *Jurnal Ilmiah*. Diterbitkan Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta.