

**ANALISIS PREFERENSI DALAM MENYALURKAN DANA
ZAKAT MELALUI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
(BAZNAS) KOTA MALANG
(Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Fitri Sadri
155020501111020**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS PREFERENSI DALAM MENYALURKAN DANA ZAKAT MELALUI
BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA MALANG
(Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Fitri Sadri
NIM : 155020501111020
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 1 April 2019

Malang, 1 April 2019

Dosen Pembimbing,



Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.

NIP. 2012018512212001

**ANALISIS PREFERENSI DALAM MENYALURKAN DANA ZAKAT MELALUI BADAN AMIL
ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA MALANG
(Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)**

Fitri Sadri

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang

Email: fitrisadri5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Zakat yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu zakat firtah dan zakat maal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi logistik. Binomial. Metode pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Adapun sampel dari penelitian ini berjumlah 100 masyarakat muslim Kota Malang yang mengeluarkan zakat, baik melalui BAZNAS ataupun institusi lain (LAZ, panti asuhan, pondok pesantren, masjid dan langsung ke mustahiq). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Pengaruh Religiusitas, Organisasi, Lokasi dan Kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif, dan Pengaruh Altruisme tidak berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi dalam menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang.

Kata kunci: Zakat fitrah, zakat maal, preferensi. BAZNAS Kota Malang.

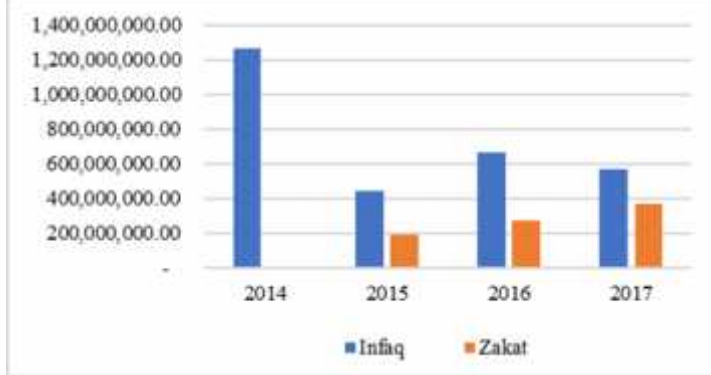
A. PENDAHULUAN

Dalam al-Qur'an terdapat sejumlah perintah untuk mengeluarkan zakat dari para *muzakki*, sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Qur'an surat at-Taubah (9): 103, perintah ini sangat jelas di mana perintah untuk mengambil zakat dari sebagian harta yang diamanahkan kepada orang kaya dengan fungsi pokok untuk menyucikan jiwa dan harta para *muzakki* dari sifat bakhil, egois, serakah, dan penyakit hati lainnya. Zakat secara umum terdiri dua macam, yaitu zakat yang berhubungan dengan jiwa manusia (badan) atau disebut dengan zakat fitrah dan zakat yang berhubungan dengan harta (zakat mal). Zakat fitrah adalah zakat sejumlah bahan makanan pokok yang dikeluarkan pada bulan ramadan yang dikeluarkan umat muslim pada saat menjelang idul fitri. Zakat mal merupakan zakat harta yang dimiliki oleh *muzakki* perseorangan atau badan usaha ketika harta yang dimiliki penuh, berkembang, cukup *nishab*, lebih dari kebutuhan pokok, bebas dari utang, sudah berlalu satu tahun.

Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, terdapat dua macam lembaga pengelola zakat yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah lembaga yang melakukan pengelolaan zakat secara nasional dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat (Soemitra, 2009). Dalam kedudukannya, berdasarkan UU No. 23 tahun 2011 BAZNAS merupakan satu-satunya lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah dan bertanggung jawab kepada pemerintah melalui Menteri di tingkat nasional, provinsi, kabupaten, dan kecamatan.

Dalam rangka pengelolaan zakat pada tingkat kabupaten/kota maka dibentuk BAZNAS kabupaten/kota. Terdapat 502 BAZNAS kabupaten/kota di seluruh Indonesia. Salah satu BAZNAS kabupaten/kota yang ada di Provinsi Jawa Timur yaitu BAZNAS Kota Malang. BAZNAS Kota Malang sudah memiliki legalitas yang tercantum dalam UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, PP No. 14 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Zakat dan SK Walikota Malang No. 188.45/221/35.73.112/2018 tentang Penetapan Pimpinan BAZNAS Kota Malang periode 2018-2023. Kota Malang merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang letaknya berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Malang dengan luas wilayah sebesar 110,06 km². Dari data Badan Pusat Statistik (2018), dari jumlah masyarakat Kota Malang yang sebesar 904,165, terdapat 811,067 masyarakat yang beragama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang memeluk agama Islam, ini dapat menjadikan Kota Malang memiliki potensi zakat yang besar. Dapat dilihat dari dana zakat yang terkumpul pada gambar dibawah ini:

Gambar 1 Penerimaan Zakat dan Infak BAZNAS Kota Malang 2014-2017



Sumber: BAZNAS Kota Malang 2018

Grafik di atas menunjukkan tingkat penerimaan zakat dan infak di Kota Malang periode 2014 sampai dengan 2017. Dari grafik di atas dapat diketahui jika penerimaan dana infak lebih tinggi daripada penerimaan dana zakat. Penerimaan infak tertinggi terjadi pada tahun 2014 dengan total Rp. 1.267.208.229,85 sedangkan penerimaan dana infak terendah Rp. 443.524.045,74. Penerimaan zakat tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar Rp. 365.217.269,64 sedangkan penerimaan dana zakat terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp. 2.313.500,00.

Dari grafik di atas, dapat diketahui pembayaran infak lebih fluktuatif namun memiliki trend yang cenderung negatif, hal ini berarti kesadaran masyarakat membayar infak dapat dikatakan menurun. Sedangkan pada setiap tahunnya penerimaan zakat memiliki trend positif, artinya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari penerimaan zakat dan infak dapat dilihat jika masyarakat di Kota Malang lebih cenderung membayar infak daripada membayar zakat, sehingga penerimaan zakat di BAZNAS lebih rendah daripada penerimaan infaknya. Menurut Satrio dan Siswanto (2016) kurang optimalnya zakat yang terkumpul disebabkan oleh beberapa hal, yaitu ketidaktahuan kewajiban membayar zakat, faktor lainnya ketidakmauan membayar zakat. Selain itu, ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Dalam membayarkan zakat melalui BAZNAS Kota Malang, tentunya akan terdapat beberapa pilihan sebelum membayar zakat. Pilihan-pilihan tersebut disebut dengan preferensi. Preferensi konsumen adalah gambaran tentang kombinasi barang dan jasa yang lebih disukai konsumen apabila ia memiliki kesempatan untuk memperolehnya (Simamora, 2003). Sedangkan preferensi *muzakki* dalam memilih lembaga zakat tentunya akan dipengaruhi pilihan-pilihan yang berasal dari indikator dalam diri baik yang berupa pengalaman ketika memutuskan untuk selalu membayar zakat di lembaga pengelola zakat atau ada indikator lain yang menjadi alasan *muzakki* tersebut dalam membayarkan zakatnya (Darma dkk, 2017).

Sejauh ini telah ada beberapa penelitian yang membahas faktor preferensi dalam berzakat. Hasil penelitian Rakhmania (2018), menjelaskan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat *muzakki* dalam mengeluarkan zakat di LAZ Kota Malang. Penelitian Mukhlis dan Beik (2013), menjelaskan bahwa altruisme dan organisasi mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan dalam membayar zakat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Darma, dkk (2017) menyatakan lokasi berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* dalam memilih lembaga amil zakat. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hasanah (2018), menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi *muzakki* ASN dalam berzakat.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini disusun dengan judul “Analisis Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Malang (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)”

B. KAJIAN PUSTAKA

Zakat Dan Kedudukannya Dalam Islam

Zakat secara etimologis, memiliki arti yaitu *al-barakat* 'keberkahan', *al-namaw* 'pertumbuhan dan perkembangan', *ath-thathir* 'kesucian' dan *ash-shalhu* 'kebaikan dan kedamaian' (Hafihuddin, 2003). Perintah untuk membayar zakat disebutkan dalam al-Qur'an, ada 33 kali ayat dalam al-Qur'an yang berkaitan dengan perintah zakat yang beriringan dengan perintah shalat yang terkandung dalam surat al-Baqarah (2): 43.

Zakat secara umum terdiri dua macam, yaitu *pertama*, zakat yang berhubungan dengan jiwa manusia (badan) atau disebut dengan zakat fitrah dan *kedua*, zakat yang berhubungan dengan harta (zakat *maal*).

- 1) Zakat *maal* (harta) adalah bagian dari harta kekayaan seseorang atau badan hukum yang wajib diberikan kepada orang-orang tertentu setelah mencapai jumlah minimal tertentu dan setelah dimiliki selama jangka waktu tertentu pula. Zakat ini terdiri dari (Zainuri, 2009):
 - a. Zakat binatang ternak.
 - b. Zakat emas dan perak/zakat uang.
 - c. Zakat kekayaan dagang.
 - d. Zakat pertanian.
 - e. Zakat madu dan produksi hewani.
 - f. Zakat barang tambang dan hasil laut.
 - g. Zakat pencarian dan profesi.
 - h. Zakat saham dan obligasi.
- 2) Zakat fitrah (zakat badan), yaitu zakat yang diwajibkan sejak awal hingga akhir puasa ramadan bagi setiap muslim, baik anak kecil maupun orang dewasa, baik laki-laki ataupun perempuan, baik orang merdeka maupun hamba sahaya (Zainuri, 2009).

Teori Perilaku Konsumen

Dalam mikroekonomi, terdapat teori tentang perilaku konsumen dalam kegiatan konsumsi. Dalam teori tersebut tujuan utama seseorang melakukan konsumsi adalah untuk mendapatkan kepuasan atau utilitas. Utilitas sendiri dapat diartikan sebagai kepuasan atau imbalan yang yang dihasilkan suatu produk dibandingkan dengan produk alternatif lain dan merupakan dasar penentuan pilihan konsumsi rumah tangga. Namun dalam penerapan konsep utilitas masih terdapat permasalahan pokok. *Pertama*, mustahil mengukur nilai utilitas secara riil. *Kedua*, tingkat utilitas antar individu berbeda-beda antara satu dengan yang lain. (Case & Fair, 2007).

Teori Preferensi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan atau hal yang didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan daripada yang lain. Preferensi berasal dari kata prefer yang berarti kesukaan atau kecenderungan seseorang untuk memilih sesuatu (Simamora, 2003). Teori preferensi dalam persepektif Islam juga dikaji di mana seorang konsumen dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja harus berhati-hati. Apabila kekayaan atau harta dimiliki tidak diatur pemanfaatannya maka kesejahteraan tidak akan tercapai. Oleh sebab itu, hal yang terpenting yaitu cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan (preferensi) yang mengandung masalah yang dapat memberikan manfaat untuk kesejahteraan konsumen (Asyaria, 2015:).

Peran BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah. BAZNAS merupakan lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri. Pengelolaan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Tugas BAZNAS dalam Pasal 6 UU No. 23 Tahun 2011 yaitu melakukan

pengelolaan zakat secara nasional. Pengelolaan zakat secara nasional yang dimaksud yaitu kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengkoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat

- a) **Religiusitas**, berasal dari kata *religio* yang berakar dari kata *religare* yang berarti mengikat (Kahmad, 2009). Religiusitas merupakan bentuk ketaatan kepada Tuhan, bentuk ketaatan ini dilakukan dengan ibadah. Zakat merupakan ibadah yang hukumnya wajib ketika seseorang muslim mempunyai harta dan telah mencapai *nisab* (kadar zakat).
- b) **Altruisme**, adalah suatu minat yang tidak mementingkan diri sendiri dalam menolong seseorang (Santrock, 2003). Altruisme berpengaruh dalam memengaruhi partisipasi individu dalam berzakat. Dengan adanya altruisme dapat mendorong dan memotivasi seseorang untuk membayar zakat.
- c) **Organisasi**, merupakan tempat atau wadah untuk orang berkumpul dan berkerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terdapat, terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya baik uang, metode, material, dan lingkungan, dan sarana-prasarana, data dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi (Hamdani, 2017). Organisasi pengelola zakat memiliki peran penting dalam memotivasi seseorang untuk membayar zakat. Jika organisasi secara profesional dapat memberikan kemudahan dan transparan dalam mengumpulkan ataupun menyalurkan dana zakat (transparan dalam administrasi), maka seseorang tersebut akan lebih merasa nyaman ketika menyalurkan dana zakatnya (Mukhlis & Beik, 2013).
- d) **Lokasi**, teori lokasi merupakan ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi ataupun sosial (Tarigan, 2005). Lokasi yang mudah diakses dan terjangkau maka akan lebih mudah dalam menyalurkan dana zakat.
- e) **Kepercayaan**, menurut Mowen dan Minor (2002), kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat. Ketidakpercayaan atau kurangnya percaya masyarakat terhadap lembaga amal zakat membuat masyarakat lebih senang menyalurkan zakatnya secara langsung kepada *mustahiq* dibandingkan melalui lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan zakat oleh suatu lembaga amal zakat yang profesional, amanah, dan transparan akan menumbuhkan semangat dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga.

C. METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan objek penelitian maupun hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2012), deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa membuat analisis dan membuat kesimpulan yang umum.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Malang. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Malang yang membayar dana zakat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Februari 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Malang. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi masyarakat muslim Kota Malang yakni sebesar 811.067 jiwa. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan teknik sampel ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa responden adalah orang yang diperkirakan wajib zakat. Dalam penelitian ini responden yang dipilih memiliki kriteria yaitu orang yang memeluk agama Islam,

memiliki pendapatan Rp 2.000.000 sampai Rp 5.000.000 keatas, serta menunaikan kewajiban membayar zakat baik zakat fitrah, zakat harta, ataupun keduanya.

Pengambilan sampel dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang terbagi dalam 5 kecamatan di Kota Malang yakni Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Belimbing, Kecamatan Klojen, Dan Kecamatan Sukun.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer didapatkan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden dan data skunder didapatkan melalui riset pustaka, informasi-informasi pendukung dari berbagai media cetak maupun elektronik.

Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, instrument yang digunakan adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Model skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pernyataan dengan menggunakan skala 5 point. Setelah skor diperoleh kemudian data ordinal menjadi data interval menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*.

Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif pada penelitian dimaksudkan untuk member penjelasan yang memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan hasil analisis dan pembahasannya. Dalam tujuan penelitian, statistik deskriptif yang digunakan yaitu penyajian data dalam gambar atau tabel, presentase, rata-rata dan lain

2. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas: Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono, 2016). Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *corrected item correlation*, suatu item pernyataan dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* (r hitung) lebih besar dari r tabel (Sarjono dan Julianta, 2013).

Uji Reliabilitas: Instrumen reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiono, 2016). Pendekatan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung *Alpha Croanboach* (α). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Croanboach* (α) > 0,6 (Sarjono dan Julianta, 2013).

3. Analisis Regresi Logistik Binomial

Dalam penelitian ini, model yang digunakan adalah *Logistic Regression Model (LRM)* dengan metode analisis *Binary Logistic Regression (BLR)*. Analisis logistik binomial digunakan untuk memprediksi besarnya variabel tergantung yang merupakan variabel biner dengan menggunakan variabel bebas berskala interval yang sudah diketahui besarnya (Ghazali, 2016).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Dari hasil uji validitas disimpulkan bahwa karena nilai sig. r item pertanyaan lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$), yang berarti setiap item variabel dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Sedangkan hasil uji reabilitas disimpulkan bahwa nilai alpha croanbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka dapat dinyatakan semua variabel dalam penelitian dikatakan reliabel

Menguji Kelayakan Model

Hasil pengujian dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow Test* ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1 Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	14.371	8	0.073

Sumber data: Hasil Pengelolaan SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pada tabel 1 di atas, pengujian menunjukkan nilai *Chi-square* sebesar 14,371 dengan signifikansi (p) sebesar 0,073. Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dapat disimpulkan mampu memprediksi nilai observasinya.

Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Langkah selanjutnya adalah menguji keseluruhan model (*overall model fit*). Tabel berikut menunjukkan hasil perbandingan antara -2LL awal dengan -2LL akhir.

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

-2LL	Nilai
1. Awal (blok 0)	122,173
2. Akhir (blok 1)	52,371

Sumber data: Hasil Pengelolaan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 2 di atas, nilai -2LL awal adalah sebesar 122,173. Setelah dimasukkan kelima variabel independen maka nilai -2LL akhir mengalami penurunan menjadi sebesar 52,371. Penurunan *likelihood* (-2LL) ini menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

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

Tabel 3 Nilai Prediksi Model Terhadap Responden Classification Table^a

Observed Y	Predicted Y		Percentage Correct
	Bukan BAZNAS	BAZNAS	
Bukan BAZNAS	23	7	76.67
BAZNAS	3	67	95.71
Overall Percentage			90

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS, 2018

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa dari 100 sampel, terdapat 30 responden yang bukan BAZNAS, setelah diprediksi dengan analisis regresi logistik terdapat 7 responden yang beralih menggunakan BAZNAS atau dengan kata lain sebesar 76,67% dari 30 responden yang tidak menggunakan BAZNAS. Kemudian dari 70 responden yang menggunakan BAZNAS setelah diprediksi terdapat 3 responden yang beralih tidak menggunakan BAZNAS atau sebesar 95,71% dari 70 responden yang menggunakan BAZNAS. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka secara umum model yang diperoleh dapat diandalkan dalam memprediksi para responden sebesar 95,71%. Hasil akhir analisis di atas menunjukkan *overall percentage* sebesar 90% yang berarti secara keseluruhan ketepatan model penelitian ini dalam memprediksi preferensi dalam menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang atau di tempat lain sebesar 90%.

Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai *Nagelkerke R Square*. Nilai *Nagelkerke R Square* dapat diinterpretasikan seperti nilai *R Square* pada regresi berganda.

Tabel 5 Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	52.371	0.502	0.712

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS, 2019

Berdasarkan hasil tabel 5 uji regresi logistik diperoleh nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,712 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi, kepercayaan adalah sebesar 71,2%, sedangkan sisanya sebesar 28,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh sebesar 71,2% terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian yaitu variabel religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi, kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Preferensi masyarakat. Untuk menguji hipotesis ini maka digunakan uji signifikansi. Adapun hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Omnibus Test of Model Coefficients* yaitu nilai peluang *chi-square* hitung dengan nilai alpha 5% (0,05).

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis

Model	Chi-square	Df	Sig.
Step	69.802	5	0.000
Block	69.802	5	0.000
Model	69.802	5	0.000

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS, 2019

Pada tabel tersebut diperoleh nilai peluang chi square $0,000 \leq \alpha 0,05$ perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi, kepercayaan, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap preferensi masyarakat atau hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti diterima.

Menguji Koefisien Regresi (Uji Wald) Untuk Menguji Signifikansi Setiap Variabel

Model regresi logistik yang terbentuk dan pengujian hipotesis disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
X1	0.112	0.051	4.889	1	0.027	1.119
X2	0.010	0.114	0.007	1	0.931	1.010
X3	0.281	0.133	4.467	1	0.035	1.325
X4	0.108	0.054	4.030	1	0.045	1.114
X5	0.231	0.114	4.117	1	0.042	1.260
Constant	-16.031	3.674	19.036	1	0.000	0.000

Sumber data: Hasil Pengelolaan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 7 di atas, hasil pengujian menghasilkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = -16,031 + 0,112X_1 + 0,010X_2 + 0,281X_3 + 0,108X_4 + 0,231X_5 + e$$

Berdasarkan model regresi yang terbentuk, hasil pengujian terhadap hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- H₁: Religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat
Variabel religiusitas menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 0,112 dengan signifikansi (p) sebesar 0,027, karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ maka hipotesis H₀ ditolak. Artinya variabel religiusitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi masyarakat.
- H₂: Altruisme berpengaruh terhadap preferensi masyarakat
Variabel altruisme menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 0,010 dengan signifikansi (p) sebesar 0,931, karena tingkat signifikansi (p) lebih besar dari $\alpha=5\%$ maka hipotesis H₀ diterima, artinya variabel altruisme memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat.
- H₃: Organisasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat
Variabel organisasi menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 0,281 dengan signifikansi (p) sebesar 0,035, karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ maka hipotesis H₀ ditolak. Artinya variabel organisasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi masyarakat.
- H₄: Lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat
Variabel lokasi menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 0,108 dengan signifikansi (p) sebesar 0,045 karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ maka hipotesis H₀ ditolak. Artinya variabel lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi masyarakat.
- H₅: Kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat
Variabel Kepercayaan menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 0,231 dengan signifikansi (p) sebesar 0,042. Karena tingkat signifikansi (p) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ maka hipotesis H₀ ditolak. Artinya variabel kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi masyarakat.

E. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi, dan kepercayaan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi dalam menyalurkan dana melalui BAZNAS Kota Malang.

Kemampuan variabel religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi dan kepercayaan menjelaskan preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat sebesar 71,2 persen, hal ini dapat dilihat dengan nilai *Nagelkerke R Square*nya sebesar 0,712. Dari 71,2 persen variabel bebas yang dapat menjelaskan variabel terikat dan sisanya sebesar 28,8 persen preferensi masyarakat dalam memilih tempat membayar zakat dijelaskan oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat mempunyai pengaruh sebesar 71,2 persen. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat yaitu:

Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui BAZNAS Kota Malang

Secara individual religiusitas berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, artinya tinggi rendahnya religiusitas memiliki peluang yang lebih besar untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hal ini berarti masyarakat mempertimbangkan faktor religiusitas yang ada dalam mengambil keputusan untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Seseorang yang beriman tentunya akan mempunyai keyakinan bahwa ia harus mengeluarkan zakat dan sudah menyadari kedudukan dalam agamanya sehingga akan menjalankan perintah agama termasuk membayar zakatnya. Menurut Mukhlis dan Beik (2013), seseorang yang memiliki tingkat keimanan yang baik akan lebih mudah untuk diajak mengeluarkan zakat daripada mereka yang memiliki tingkat keimanan yang rendah.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Rakhmania (2018) dan Pratiwi (2017).

Pengaruh Altruisme Terhadap Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui BAZNAS Kota Malang

Secara individual altruisme tidak berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, artinya tinggi rendahnya altruisme tidak memiliki peluang untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hal ini berarti masyarakat tidak mempertimbangkan faktor altruisme yang ada dalam mengambil keputusan untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang atau selain di BAZNAS Kota Malang. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa preferensi responden dalam

menyalurkan dana zakatnya bukan atas dorongan sosial melainkan kewajiban yang harus dilakukan karena zakat merupakan salah satu ibadah yang wajib dilakukan untuk menyucikan harta. Disamping yang menyebabkan altruisme tidak berpengaruh dalam penelitian ini dikarenakan dalam penelitian ini responden yang menjawab sebagian besar berprofesi menjadi PNS di mana mereka sudah mendapatkan potongan zakat secara langsung dari gaji mereka.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Nasution (2017), penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muda, dkk (2016).

Pengaruh Organisasi Terhadap Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui BAZNAS Kota Malang

Secara individual organisasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, artinya tinggi rendahnya organisasi memiliki peluang yang lebih besar untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hal ini berarti masyarakat mempertimbangkan faktor organisasi yang ada dalam mengambil keputusan untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS.

Organisasi memiliki peran penting dalam memotivasi seseorang untuk membayar zakat. Tingkat kecakapan yang organisasi dalam menyerap zakat dan menyalurkannya kembali serta laporan zakat yang transparan dalam administrasi akan membuat individu merasa puas membayarkan zakatnya. Dalam penelitian ini responden setuju ketika organisasi zakat dapat bekerja secara profesional dan transparan dalam laporan keuangan, sehingga dapat menjadi alasan responden untuk mendapatkan kenyamanan dan keamanan dalam membayarkan zakatnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis dan Beik (2013), dan Hamdani (2017).

Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui BAZNAS Kota Malang

Secara individual lokasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, artinya tinggi rendahnya lokasi memiliki peluang yang lebih besar untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hal ini berarti masyarakat mempertimbangkan faktor lokasi yang ada dalam mengambil keputusan untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang atau selain di BAZNAS Kota Malang. Dalam penelitian ini responden lebih setuju ketika lokasi yang letaknya strategis, mudah di akses dan terjangkau dapat menjadi alasan dalam menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif, dkk (2014) dan Herawaty (2011)

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Preferensi Dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui BAZNAS Kota Malang

Secara individual kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, artinya tinggi rendahnya tingkat kepercayaan memiliki peluang yang lebih besar untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang. Hal ini berarti masyarakat tidak mempertimbangkan faktor kepercayaan yang ada dalam mengambil keputusan untuk menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang atau selain di BAZNAS Kota Malang.

Kepercayaan merupakan faktor yang harus diperhatikan dan dipertahankan oleh lembaga pengelola zakat. Semakin masyarakat percaya terhadap sebuah lembaga maka semakin besar peluang lembaga untuk dapat menyerap dana zakat dari masyarakat. Dalam penelitian ini kepercayaan terhadap lembaga zakat sangat penting baik dari segi pelayanan, pemberian informasi, maupun sumber daya manusia (SDM) yang ada di lembaga zakat sehingga mampu memotivasi seseorang untuk membayar zakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rakhmania (2018) dan Pratiwi (2017).

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor mana saja yang mempunyai pengaruh pada preferensi masyarakat. Dalam penelitian ini ada lima faktor yang digunakan yaitu faktor religiusitas, altruisme, organisasi, lokasi, kepercayaan terhadap preferensi masyarakat.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, maka kesimpulannya:

1. Kesiediaan masyarakat untuk mengeluarkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang terbilang tinggi, dari 100 responden menunjukkan bahwa 70 orang bersedia menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS Kota Malang sedangkan sisanya yaitu sebesar 30 orang lebih memilih selain BAZNAS yaitu LAZ, masjid, pondok pesantren, panti asuhan, dan langsung ke *mustahiq*.
2. Terdapat empat faktor yang mendorong preferensi masyarakat untuk menyalurkan dana zakatnya melalui BAZNAS kota Malang. Empat faktor tersebut adalah faktor religiusitas yang mencakup keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, serta pengamalan. Selanjutnya terdapat faktor organisasi yang mencakup tingkat kecakapan organisasi, organisasi zakat yang transparan, kenyamanan dalam membayar zakat, sosialisasi melalui media (massa, elektronik, maupun langsung), dan pemotongan gaji melalui institusi tempat seseorang bekerja. Selain dua faktor di atas masih ada faktor lokasi yang mencakup akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir, ekspansi, serta lingkungan. dan yang terakhir adalah faktor kepercayaan yang mencakup dapat di percaya (kredibilitas), kemampuan, dan sifat moral.
3. Faktor altruisme seperti perasaan iba terhadap fakir miskin, zakat sebagai upaya bersyukur, membersihkan harta, kegemaran membantu fakir miskin, serta perasaan bersalah jika tidak membayar zakat tidak mempengaruhi preferensi masyarakat Kota Malang dalam menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS Kota Malang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Perlunya sosialisasi lagi terkait menyalurkan dana zakat melalui BAZNAS. Upaya ini dilakukan mengingat bahwa masyarakat yang belum paham tentang manfaat menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS.
2. Pentingnya edukasi kepada masyarakat tentang membayar zakat melalui BAZNAS baik melalui media cetak maupun media elektronik.
3. Bagi Pemerintah diharapkan dapat mempertegas terkait regulasi yang mengatur pentingnya membayar zakat untuk setiap pemeluk agama Islam dan bisa menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga pemerintah (BAZNAS) maupun masyarakat (LAZ) agar tujuan dan manfaat zakat dapat tercapai.
4. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyaria, Khalwat. 2015. *Prefrensi Keputusan Muzaki Dalam Menyalurkan Zakat Profesi Di Kota Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Case, Karl E. dan Ray C. Fair. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Edisi Kedelapan, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Darma, Satria dkk. 2017. Analisis Presepsi Muzaki Terhadap Preferensi dan Keputusan Memilih Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Kota Medan dan Sekitarnya). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.2, (No.1): 1-24.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Statistika Multivariate Dengan Program SPSS Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani. 2017. Faktor-Faktor Kepatuhan Individu Dalam Membayar Zakat Di Kabupaten Bireuen. *Jurnal Kebangsaan*. Vol. 6, (No.12): 33-40.
- Hafidhuddin, Didin. 2003. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani.
- Kahmad, Dadang. 2009. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mukhlis, Ahmad dan Irfan Syauqi Beik. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor. *Jurnal al-Muzara'ah*. Vol. 1, (No.1): 83-106.
- Satrio, Eko dan Siswantoro, Dodik. 2016. Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan, Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Symposium Nasional Akuntansi XIX*, Lampung, 2016.
- Santrock, J. W. 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Alih Bahasa: Shinto B A; Sherly Saragih. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Media Gramedia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zainuri. 2009. *Dinamika Zakat Dari Perspektif Ekonomi Kelembagaan Baru*, Malang: Universitas Brawijaya