

Preferensi Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat di Lembaga Zakat Formal

Ma'fiah

Universitas Pamulang

Email: dosen01706@unpam.ac.id

Sheila Ardilla Yughi

Universitas Pamulang

Email: dosen01719@unpam.ac.id

Taufik Awaludin

Universitas Pamulang

Email: dosen01844@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to identify the dominant factors that influence muzakki in choosing to pay zakat to formal zakat institutions in aspects of individual and institutional perspectives and provide recommendations related to efforts to increase the collection of zakat funds from the community. The research method used is descriptive, factor and mean analysis. Descriptive analysis was used to explain the demographics of respondents while factor analysis and mean analysis were used to obtain the dominant factors affecting muzakki in paying zakat to the Formal Zakat Institution. The results of the study get in the aspect of individual perspective that predominantly influence muzakki paying zakat to formal zakat institutions sequentially is the knowledge of zakat, faith and religiosity as well as awareness and trust while in the perspective of institutional perspectives are management credibility, institutional credibility, service quality and socialization. The advice given is formal institution zakat amil must professionally manage the institution and have standard operating procedures especially related to the procedure of receiving zakat and commitment to implement it properly. In addition, zakat institutions must inform the general profile of the institution and report on zakat funds regularly. Zakat institutions also have the best online payment facilities.

Keywords: Muzakki, Factors, Formal Zakat Institutions, Factor Analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang mempengaruhi muzakki dalam memilih membayar zakat pada lembaga zakat formal dalam aspek perspektif individu dan persepektif lembaga serta memberikan rekomendasi terkait upaya meningkatkan penghimpunan sumber dana zakat dari masyarakat. Metode Penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis mean. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan demografi

responden sedangkan analisis faktor dan analisis mean digunakan untuk mendapatkan faktor yang dominan mempengaruhi muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Zakat Formal. Hasil penelitian mendapatkan dalam aspek perspektif individu yang dominan mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal secara berurutan adalah pengetahuan zakat, keimanan dan religiusitas serta kesadaran dan kepercayaan sedangkan dalam aspek perspektif lembaga secara berurutan adalah kredibilitas manajemen, kredibilitas lembaga, kualitas layanan dan sosialisasi. Saran yang diberikan adalah amil zakat lembaga formal harus mengelola lembaga secara profesional dan memiliki prosedur standar operasi terutama terkait dengan prosedur penerimaan zakat dan komitmen melaksanakannya dengan baik. Selain itu, lembaga zakat harus menginformasikan profil umum lembaga dan laporan dana zakat secara berkala. Lembaga zakat juga sedapat mungkin memiliki fasilitas pembayaran online.

Kata Kunci: Muzakki, Faktor, Lembaga Zakat Formal, Analisis Faktor.

PENDAHULUAN

Agama Islam menyatakan bahwa zakat merupakan salahsatu rukun Islam dan bagi muslim yang telah mencapai nisab zakat, wajib membayar zakat. Asmuni (2007), secara etimologi zakat mengandung makna: (1) meningkatkan atau menggandakan, (2) tumbuh dan berkembang, (3) membersihkan, (4) mensucikan diri dan (5) kebajikan. Zakat juga merupakan redistribusi pendapatan Muzakki yang dapat berperan dalam mengentaskan kemiskinan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per maret 2016, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 10,86% dari total jumlah penduduk. Sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa distribusi dana zakat kepada pihak mustahik, terbukti dapat meningkatkan status sosial atau tingkat pendapatan mustahik dan meminimalisasi jumlah kemiskinan (Embong et al 2013; Ali et al 2015; Abdullah et al 2015).

Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Firdaus et al (2012), mengungkapkan potensi dana zakat Indonesia mencapai Rp 217 Triliun per tahun atau setara 3,4% dari Jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2010. Apabila setiap Muzakki (wajib zakat) menyadari dan melakukan pembayaran zakat, maka dana redistribusi Islam tersebut akan dapat membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dan mensejahterakan masyarakat. Namun secara realisasi dana zakat nasional yang terkumpul, belum mencapai 1% dari total potensi yang ada (Firdaus et al, 2012). Selain dari perspektif individu Muzakki, optimalisasi penghimpunan dana zakat juga dipengaruhi dari perspektif Muzakki terhadap Lembaga Zakat. Mukhlis dan Beik (2013) serta Huda et al (2014) mengungkapkan bahwa 2 (dua) pelaku utama dalam meningkatkan optimalisasi zakat adalah dari sisi Lembaga Zakat (OPZ) dan Muzakki.

Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) hingga akhir Desember 2016 terdapat 17 entitas Lembaga Amil Zakat (LAZ) skala Nasional, 7 entitas LAZ skala Provinsi dan 11 entitas LAZ skala Kabupaten/Kota yang telah mendapatkan rekomendasi BAZNAS dan ijin dari Kementerian Agama Indonesia. Total penghimpunan dana zakat nasional selama tahun 2010 hingga 2015 terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan 19,63%/tahun dan total dana zakat nasional mencapai Rp 3,65 Triliun pada tahun 2015 dengan rata-rata perbandingan dana zakat yang dihimpun LAZ: BAZ berkomposisi 39:61 selama tahun 2010-2015. Hal ini mengindikasikan bahwa Muzakki dalam memilih lembaga zakat, mereka memiliki preferensi tertentu dalam rangka memenuhi kewajibannya. Berikut data yang memperlihatkan Total Penghimpunan Dana Zakat Nasional Periode Tahun 2010-2015:

Tabel 1. Total Penghimpunan Dana Zakat Nasional Periode Tahun 2010- 2015

ITEM	2010	2011	2012	2013	2014	2015
BAZNAS Pusat	33,125,920,074	40,403,967,865	50,212,435,875	59,238,304,066	82,293,545,780	94,068,893,820
	2.21%	2.34%	2.27%	2.24%	2.49%	2.58%
BAZNAS Provinsi	306,512,258,082	204,482,157,749	253,252,821,346	1,645,482,867,203	415,451,020,092	642,797,514,841
	20.43%	11.83%	11.45%	62.34%	12.59%	17.61%
BAZNAS Kab/Kota	525,608,580,693	824,014,964,426	1,179,716,104,080	281,687,974,612	1,422,364,285,476	885,309,169,850
	35.04%	47.66%	53.32%	10.67%	43.10%	24.25%
LAZ	634,917,482,126	659,963,269,358	729,217,590,043	653,194,923,848	1,379,891,148,652	2,028,193,434,453
	42.32%	38.17%	32.96%	24.75%	41.81%	55.56%
NASIONAL	1,500,164,240,975	1,728,864,359,398	2,212,398,951,344	2,639,604,069,729	3,300,000,000,000	3,650,369,012,964
	100%	100%	100%	100%	100%	100%
GROWTH		228,700,118,423	483,534,591,946	427,205,118,385	660,395,930,271	350,369,012,964
		15.25%	27.97%	19.31%	25.02%	10.62%

Sumber: BAZNAS, 2017

Bidin et al (2009), Azman dan Bidin (2013), Saad dan Haniffa (2014) serta Azman dan Bidin (2015) mengungkapkan bahwa sikap terhadap perilaku serta norma dan niat subjektif dapat memprediksi perilaku Muzakki dalam mematuhi kewajiban membayar zakat. Selain itu Azman dan Bidin (2015) pun mendapatkan bahwa faktor keimanan atau religiusitas merupakan faktor yang penting bagi Muzakki dalam membayar zakat. Penelitian sebelumnya yang juga mengungkapkan bahwa nilai keagamaan (keimanan) memengaruhi perilaku kepatuhan membayar zakat terdapat pada riset yang dilakukan oleh Khraim (2010) dan Md. Idris et al (2012). Adapun Muda et al (2006), Firdaus et al (2012)

dan Mukhlis dan Beik (2013) mendapatkan bahwa faktor altruism, utilitarian, tingkat kepuasan dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam memengaruhi Muzakki dalam membayar zakat. Kemudian dalam riset yang dilakukan oleh Abu Bakar dan Rashid (2010), Indahsari (2013) dan Majid (2017), memperkuat temuan bahwa Muzakki mempertimbangkan tingkat kepuasan dan kepercayaan diri sebagai preferensi dalam membayar zakat. Kemudian temuan lain yang diungkapkan dalam riset Firdaus et al (2012) dan Indahsari (2013) mendapatkan bahwa tingkat pendapatan dan pekerjaan juga memengaruhi Muzakki dalam membayar zakat. Selain itu, ada faktor lain yang diungkapkan oleh Dahlan (2008), Huda et al (2014), Merlinda et al (2016) dan Majid (2017) bahwa faktor yang penting dalam kepatuhan Muzakki dalam membayar zakat adalah faktor pendidikan dan pengetahuan Muzakki tentang zakat.

Persepsi Muzakki terhadap Kredibilitas Lembaga merupakan faktor yang penting sebagai preferensi Muzakki dalam memilih lembaga zakat. Hal ini diungkapkan dalam riset yang telah dilakukan oleh Firdaus et al (2012), Mustafa et al (2013), Huda et al (2014) serta Ahmad dan Sholihin (2016). Dalam hal exposure atau kredibilitas manajemen juga turut menjadi faktor yang penting bagi Muzakki dalam memilih lembaga zakat seperti temuan yang didapatkan dari riset Dahlan (2008), Indahsari (2013), Mustafa et al (2013) dan Zainal et al (2016). Temuan lain dalam mengungkap faktor perspektif lembaga adalah terkait dengan persepsi kualitas layanan seperti yang diungkapkan dalam riset yang dilakukan Jaelani (2008) dan Zainal (2016). Kemudian adalah persepsi sosialisasi lembaga juga turut menjadi referensi Muzakki dalam memilih Lembaga Zakat seperti yang disimpulkan oleh Dahlan (2008) dan Jaelani (2008).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan dan survei dimana peneliti terlebih dahulu mengkaji kepustakaan yang berkaitan erat dengan permasalahan penelitian. Setelah itu, peneliti membuat kuisisioner dan meminta sejumlah responden untuk menjawab kuisisioner tersebut. Responden menjawab kuisisioner tersebut berdasarkan *Analisa Judgement* sesuai dengan keyakinan responden tersebut terhadap pertanyaan dan pernyataan yang ada dalam kuisisioner. Kuisisioner berisi dua bagian; bagian pertama dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik sampel, demografi dan data ekonomi sampel. Pada bagian kedua, responden diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan kualitatif terkait preferensi mereka dalam memilih membayar zakat di Lembaga Zakat Formal. Adapun responden menjawab dengan skala *linkert Lima Point* dari skala sangat tidak signifikan (skala 1) sampai dengan sangat signifikan (skala 5).

Penelitian ini merupakan jenis riset studi kasus dengan objek penelitian adalah Muzakki yang membayar zakat di Lembaga Zakat Formal/ OPZ/ LAZ/

BAZ serta berdomisili atau beraktifitas di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

Metode yang digunakan adalah analisa deskriptif, analisis faktor dan analisis mean. Analisis deskriptif berupaya mengungkapkan karakteristik, demografi dan data ekonomi responden dalam suatu bentuk penyajian data yang mudah dimengerti dan diterjemahkan. Analisis faktor berupaya mereduksi sejumlah elemen pertanyaan yang tidak signifikan dan membuat suatu klasifikasi dengan meloading suatu entitas faktor sehingga dapat diketahui elemen dan faktor mana yang memiliki skala prioritas yang tinggi. Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi 3 kriteria evaluatif dalam aspek perspektif individu (Keimanan dan Religiusitas, Kesadaran dan Kepercayaan serta Pengetahuan Zakat) dan 4 kriteria evaluatif dalam aspek perspektif lembaga (Kredibilitas Lembaga, Kredibilitas Manajemen, Kualitas Layanan dan Sosialisasi). Setelah itu analisis meandigunakan untuk mengungkapkan suatu bentuk penyajian data yang ringkas dengan mendapatkan nilai mean, distribusi frekuensi dan distribusi prosentase serta peringkat prioritas faktor. Kemudian Setelah itu, peneliti melakukan interpretasi data dan membuat kesimpulan serta rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dalam analisa ini, akan memaparkan terkait seleksi responden, data demografi responden dan faktor dan variabel indikator penelitian yang digunakan. Berikut masing-masing penjelasannya:

Seleksi Responden

Sebanyak 350 kuisisioner dibagikan kepada responden, namun yang dikembalikan kepada peneliti sebanyak 310 kuisisioner. Dari 310 kuisisioner tersebut diseleksi lagi dalam kriteria Muzakki yang membayar zakatnya ke Lembaga zakat formal/ OPZ/ LAZ/ BAZ. Hasil kuisisioner yang dapat diproses sebanyak 60 kuisisioner atau 19,35 % dari total responden yang didapat.

Data Demografi Responden

Informasi demografi yang diperoleh dari responden termasuk gender, umur, status pernikahan, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan sebulan, dan jumlah tanggungan. Informasi ini diperlukan untuk menentukan bagaimana data demografi mempengaruhi muzakki dalam membayar zakat di Lembaga Formal.

Berdasarkan data dari 60 responden yang dapat diproses, secara dominan memiliki kriteria: bergender wanita sebanyak 55,0 %, berusia 25-34 tahun sebanyak 45,0 %, lajang sebanyak 68,2 %, telah tamat pendidikan pascasarjana sebanyak 61,7 %, bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 58,4 %, memiliki pendapatan sebulan lebih dari Rp 8.000.000,00 sebanyak 33,3 % dan memiliki tanggungan 1-3 orang sebanyak 48,3 %.

Adapun data lengkap profil responden, sebagai berikut:

Klasifikasi Variabel (Prosentase)	Jumlah
Gender (n = 60)	
Pria = 45,0	27
Wanita = 55,0	33
Umur (n = 60)	
18-24 = 8,3	5
25-34 = 45,0	27
35-44 = 36,7	22
45-54 = 6,7	4
>55 = 3,3	2
Status Pernikahan (n = 60)	
Lajang = 68,2	20
Menikah = 30,5	39
Janda/ Duda = 1,3	1
Pendidikan Terakhir (n = 60)	
SMP/SMA = 3,3	2
Diploma/Sarjana = 35,0	21
Pascasarjana = 61,7	37
Jenis Pekerjaan (n = 60)	
Mahasiswa/i = 3,3	2
Pegawai Swasta = 58,4	35
Pegawai Negeri Sipil = 18,5	11
Pengusaha = 1,3	1
Lainnya = 18,5	11
Jumlah Pendapatan Sebulan (n= 60)	
<Rp 2.000.000,00 = 6,7	4
Rp 2.000.000,00 s.d Rp 4.000.000,00 = 28,3	17
Rp 4.000.000,00 s.d Rp 8.000.000,00 = 31,7	19
>Rp 8.000.000,00 = 33,3	20
Jumlah Tanggungan (n= 60)	
Tidak ada = 35,0	21
1-3 orang = 48,3	29
> 3 orang = 16,7	10

Faktor dan Variabel Indikator Penelitian

Adapun faktor yang diidentifikasi dalam mempengaruhi muzakki membayar zakat di Lembaga Formal dalam perspektif individu, sebanyak 3 faktor yaitu: (1) Keimanan dan religiusitas, (2) Kesadaran dan kepercayaan, dan (3) Pengetahuan zakat. Sebanyak 26 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi ketiga faktor tersebut. Pada Tabel 2, di bawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 2. Faktor Perspektif Individu dan Variabel Indikator Penelitian

FAKTOR DAN VARIABEL INDIKATOR
Keimanan dan Religiusitas
1. Zakat itu kewajiban sosial dalam agama Islam
2. Yakin akan balasan kebaikan di akhirat
3. Takut akan hukuman dari Allah
4. Keikutsertaan dalam organisasi Islam
5. Keikutsertaan dalam aktivitas masjid
6. Ketertarikan dalam mengikuti pengajian (tatap muka, televisi, radio, sosmed)
7. Ketertarikan dalam membaca buku Islami
Kesadaran dan Kepercayaan
8. Dalam zakat ada sebagian hak bagi orang-orang yang membutuhkan (mustahik)
9. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah
10. Ingin mendapatkan ridho Allah
11. Ingin memperbaiki diri (keshalihan)
12. Ingin membersihkan harta
13. Ingin membantu orang-orang yang membutuhkan (mustahik)
14. Ingin meminimalisir (mengurangi) kesalahan/ dosa
15. Ingin menjadi muzakki yang baik
16. Akan meningkatkan harta yang saya miliki

-
17. Ingin dipuji
 18. Ingin mendapatkan dukungan sosial
 19. Zakat akan meningkatkan kondisi ekonomi umat
 20. Saya orang yang bertanggungjawab secara sosial
 21. Saya merasa senang membayar zakat
 22. Saya orang bermurah hati
-
23. Saya suka menjadi teladan
-

Pengetahuan Zakat

-
24. Saya telah memenuhi syarat sebagai wajib zakat (muzakki)
-
25. Adanya semangat pemberdayaan (kebersamaan)
-
26. Ada beberapa jenis zakat diantaranya zakat fitrah, zakat profesi dan zakat maal

Kemudian faktor yang diidentifikasi dalam mempengaruhi muzakki membayar zakat di Lembaga Formal dalam perspektif lembaga, sebanyak 4 faktor yaitu: (1) Kredibilitas lembaga, (2) Kredibilitas manajemen, dan (3) Kualitas layanan dan (4) Sosialisasi. Sebanyak 27 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi keempat faktor tersebut. Pada Tabel 3, di bawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 3. Faktor Perspektif Lembaga dan Variabel Indikator Penelitian

FAKTOR DAN VARIABEL INDIKATOR
Kredibilitas Lembaga
1. Kepercayaan atas pusat pengumpulan zakat
2. Informasi tentang pengumpulan dan distribusi yang transparan
3. Adanya informasi profil umum lembaga zakat
4. Adanya informasi laporan dana zakat
5. Adanya informasi pertumbuhan penerima manfaat zakat (program untuk mustahik)
6. Adanya pengalaman dalam pengelolaan program zakat
7. Sistem keuangan dan pengawasannya terbuka dan mudah diakses

(transparan)

8. Adanya sinergi antara stakeholder (pemangku kepentingan) zakat

Kredibilitas Manajemen

9. Percaya pada pengelola

10. Dikelola secara professional

11. Prosedur penerimaan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku

12. Prosedur pemanfaatan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku

13. Petugas amil memberikan informasi yang cepat dan tepat

14. Petugas amil memberikan konsultasi zakat yang mudah dimengerti

15. Petugas amil memiliki pengetahuan zakat yang cukup

16. Petugas amil dapat berkomunikasi dengan baik, berpakaian rapih dan santun

Kualitas Layanan

17. Dekat dengan tempat domisili/ aktifitas saya berada (mudah ditemui)

18. Adanya ketersediaan fasilitas pembayaran (sms/ internet/ transfer/ online banking, dll)

19. Adanya ketersediaan pusat pengumpulan zakat (gerai zakat, antar jemput zakat, dll)

20. Sistem pembayaran yang nyaman

21. Fasilitas pembayaran online (aplikasi zakat online, virtual account, dll)

22. Fasilitas pemotongan gaji

23. Layanan yang ditawarkan oleh pusat pengumpulan zakat

24. Layanan yang memuaskan, mudah dan cepat

Sosialisasi

25. Dipengaruhi oleh iklan zakat (media cetak, radio, televisi)

26. Adanya website lembaga zakat yang mudah diakses

27. Adanya sosialisasi lembaga zakat (media cetak, pengajian, pameran, kegiatan sponsor)

Analisis Faktor

Dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23, data penelitian yang dapat diproses dari 60 responden dilakukan dengan metode analisis faktor. Berikut adalah tahapannya:

1. Uji Determinant of Correlation Matrix

Asumsi analisis faktor pertama adalah menguji matriks korelasinya. Matrik korelasi antar variabel dinyatakan saling terkait apabila determinan bernilai mendekati nilai 0. Hasil perhitungan menunjukkan nilai Determinant of Correlation Matrix dalam perspektif individu sebesar 0.000000007087. Adapun nilai Determinant of Correlation Matrix dalam perspektif lembaga sebesar 0.00000000005438. Kedua nilai determinan tersebut mendekati 0 (nol), dengan demikian matrik korelasi antara variabel pada masing-masing aspek saling terkait.

2. Uji Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling dan Barlett Test of Spehricity

Asumsi analisis faktor berikutnya adalah: Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling dalam perspektif individu sebesar **0,699**. Adapun nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling dalam perspektif lembaga sebesar **0,757**. Dengan demikian persyaratan KMO memenuhi persyaratan karena memiliki nilai di atas 0,5.

Adapun nilai Barlett Test of Spehricity dalam perspektif individu sebesar **928.87** dengan signifikansi sebesar **0,000** sedangkan nilai Barlett Test of Spehricity dalam perspektif lembaga sebesar **1275.264** dengan signifikansi sebesar **0,000**. Dengan demikian Bartlett Test of Spehricity memenuhi persyaratan karena signifikansi di bawah 0,05 (5%). Pada tabel 4, di bawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 4. Nilai KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test			
		Perpektif Individu	Perspektif Lembaga
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.699	0.757
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	928.87	1275.264
	Df	325	351
	Sig.	0	0

Aspek Perspektif Individu***1. Faktor Keimanan dan Religiusitas***

Faktor dalam perspektif individu pertama yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan keimanan dan religiusitas. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 7 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu yakin akan balasan kebaikan di akhirat (4,90) dan zakat itu kewajiban sosial dalam agama Islam (4,83). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 5, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Keimanan dan Religiusitas.

Tabel 5. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Keimanan dan Religiusitas	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. zakat itu kewajiban sosial dalam agama Islam	.777a	0.725	4.83
2. yakin akan balasan kebaikan di akhirat	.750a	0.831	4.90
3. takut akan hukuman dari Allah	.814a	0.818	4.78
4. keikutsertaan dalam organisasi Islam	.513a	0.796	3.60
5. keikutsertaan dalam aktivitas masjid	.697a	0.793	3.55
6. ketertarikan dalam mengikuti pengajian (tatap muka, televisi, radio, sosmed)	.847a	0.681	4.23
7. ketertarikan dalam membaca buku islami	.715a	0.739	3.93

2. Faktor Kesadaran dan Kepercayaan

Faktor dalam perspektif individu kedua yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan kesadaran dan kepercayaan. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 16 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu ingin membantu orang-orang yang membutuhkan/mustahik (4,90), ingin mendapatkan ridho Allah (4,88) dan ingin membersihkan harta (4,87). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 6, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Kesadaran dan Kepercayaan.

Tabel 6. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Kesadaran dan Kepercayaan	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Dalam zakat ada sebagian hak bagi orang-orang yang membutuhkan (mustahik)	.549a	0.880	4.83
2. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah	.716a	0.808	4.83
3. Ingin mendapatkan ridho Allah	.880a	0.742	4.88
4. Ingin memperbaiki diri (keshalihan)	.813a	0.860	4.80
5. Ingin membersihkan harta	.614a	0.726	4.87
6. Ingin membantu orang-orang yang membutuhkan (mustahik)	.661a	0.594	4.90
7. Ingin meminimalisir (mengurangi) kesalahan/ dosa	.750a	0.762	4.65
8. Ingin menjadi muzakki yang baik	.651a	0.628	4.65
9. Akan meningkatkan harta yang saya miliki	.662a	0.617	4.05
10. Ingin dipuji	.744a	0.809	1.40
11. Ingin mendapatkan dukungan sosial	.560a	0.836	1.57
12. Zakat akan meningkatkan kondisi ekonomi umat	.683a	0.675	4.70
13. Saya orang yang bertanggungjawab secara sosial	.579a	0.745	4.03
14. Saya merasa senang membayar zakat	.662a	0.716	4.43
15. Saya orang bermurah hati	.629a	0.779	3.67
16. Saya suka menjadi teladan	.544a	0.763	3.45

3. Faktor Pengetahuan Zakat

Faktor dalam perspektif individu ketiga yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan pengetahuan zakat. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 3 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu adanya semangat pemberdayaan/kebersamaan (4,58). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 7, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Pengetahuan Zakat.

Tabel 7. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator Faktor Pengetahuan Zakat

Faktor Pengetahuan Zakat	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Saya telah memenuhi syarat sebagai wajib zakat (muzakki)	.635a	0.814	4.40
2. Adanya semangat pemberdayaan (kebersamaan)	.713a	0.745	4.58
3. Ada beberapa jenis zakat diantaranya zakat fitrah, zakat profesi dan zakat maal	.799a	0.651	4.55

Berdasarkan data-data diatas, dapat disimpulkan, pada Aspek Perspektif Individu bahwa semua variabel secara simultan telah memenuhi syarat validitas (nilai KMO = 0,699), semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat reabilitas (nilai MSA > 0,5) dan semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat komunalitas (nilai loading > 0,5). Dengan demikian bahwa 26 variabel yang menjadi indikator dari 3 faktor dalam Perspektif Individu, mampu menerangkan bahwa responden muzakki dalam membayar zakat mempertimbangkan aspek individu.

Aspek Perspektif Lembaga

1. Faktor Kredibilitas Lembaga

Faktor dalam perspektif lembaga pertama yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan kredibilitas lembaga. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 8 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu adanya informasi profil umum lembaga zakat (4,43) dan adanya informasi laporan dana zakat (4,32). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5.

Berikut pada Tabel 8, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Kredibilitas Lembaga.

Tabel 8. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Kredibilitas Lembaga	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Kepercayaan atas pusat pengumpulan zakat	.735a	0.650	4.23
2. Informasi tentang pengumpulan dan distribusi yang transparan	.854a	0.839	4.30
3. Adanya informasi profil umum lembaga zakat	.783a	0.757	4.43
4. Adanya informasi laporan dana zakat	.831a	0.787	4.32
5. Adanya informasi pertumbuhan penerima manfaat zakat (program untuk mustahik)	.770a	0.832	4.20
6. Adanya pengalaman dalam pengelolaan program zakat	.708a	0.593	4.15
7. Sistem keuangan dan pengawasannya terbuka dan mudah diakses (transparan)	.725a	0.728	4.23
8. Adanya sinergi antara stakeholder (pemangku kepentingan) zakat	.864a	0.757	4.03

2. *Faktor Kredibilitas Manajemen*

Faktor dalam perspektif lembaga kedua yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan kredibilitas manajemen. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 8 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu dikelola secara professional (4,40) dan prosedur penerimaan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku (4,38). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 9, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Kredibilitas Manajemen.

Tabel 9. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Kredibilitas Manajemen	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Percaya pada pengelola	.764a	0.855	4.37
2. Dikelola secara professional	.755a	0.849	4.40
3. Prosedur penerimaan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku	.739a	0.765	4.38

4. Prosedur pemanfaatan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku	.845a	0.811	4.28
5. Petugas amil memberikan informasi yang cepat dan tepat	.734a	0.802	4.08
6. Petugas amil memberikan konsultasi zakat yang mudah dimengerti	.821a	0.816	4.07
7. Petugas amil memiliki pengetahuan zakat yang cukup	.854a	0.767	4.23
8. Petugas amil dapat berkomunikasi dengan baik, berpakaian rapih dan santun	.750a	0.820	4.10

3. Faktor Kualitas Layanan

Faktor dalam perspektif lembaga ketiga yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan kualitas layanan. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 8 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu fasilitas pembayaran online/ aplikasi zakat online/ virtual account(4,40) dan sistem pembayaran yang nyaman (4,38). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 10, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Kualitas Layanan.

Tabel 10. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Kualitas Layanan	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Dekat dengan tempat domisili/ aktifitas saya berada (mudah ditemui)	.539a	0.729	3.88
2. Adanya ketersediaan fasilitas pembayaran (sms/ internet/ transfer/ online banking, dlll)	.534a	0.829	4.22
3. Adanya ketersediaan pusat pengumpulan zakat (gerai zakat, antar jemput zakat, dll)	.818a	0.788	4.13
4. Sistem pembayaran yang nyaman	.743a	0.860	4.38
5. Fasilitas pembayaran online (aplikasi zakat online, virtual account, dll)	.651a	0.762	4.40
6. Fasilitas pemotongan gaji	.805a	0.839	3.65
7. Layanan yang ditawarkan oleh pusat	.854a	0.730	4.07

pengumpulan zakat			
8. Layanan yang memuaskan, mudah dan cepat	.892a	0.778	4.23

4. *Faktor Sosialisasi*

Faktor dalam perspektif lembaga keempat yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal adalah berkaitan dengan sosialisasi. Total variabel indikator dalam faktor ini berjumlah 3 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu adanya website lembaga zakat yang mudah diakses (4,30). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 11, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Sosialisasi.

Tabel 11. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Sosialisasi	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Dipengaruhi oleh iklan zakat (media cetak, radio, televisi)	.500a	0.710	3.33
2. Adanya website lembaga zakat yang mudah diakses	.637a	0.684	4.30
3. Adanya sosialisasi lembaga zakat (media cetak, pengajian, pameran, kegiatan sponsor)	.655a	0.805	4.05

Berdasarkan data-data diatas, dapat disimpulkan, pada Aspek Perspektif Lembaga bahwa semua variabel secara simultan telah memenuhi syarat validitas (nilai KMO = 0,757), semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat reabilitas (nilai MSA > 0,5) dan semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat komunalitas (nilai loading > 0,5). Dengan demikian bahwa 27 variabel yang menjadi indikator dari 4 faktor dalam Perspektif Lembaga, mampu menerangkan bahwa responden muzakki dalam membayar zakat mempertimbangkan aspek kelembagaan.

Analisis Mean (Rata-Rata) dan Penentuan Peringkat Faktor

Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut terkait masalah penelitian, ketiga faktor dalam Aspek Perspektif Individu dan keempat faktor dalam Aspek Perspektif Lembaga, dicari peringkat faktornya dengan menghitung nilai komposit. Nilai komposit dihitung dengan membagi rata-rata total dari setiap item yang dimuat dalam faktor dengan jumlah item yang dimuat dalam faktor masing-masing. Dalam perspektif individu, faktor yang dominan mempengaruhi

muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal secara berurutan adalah pengetahuan zakat (4,51), keimanan dan religiusitas (4,26), dan kesadaran dan kepercayaan (4,1). Adapun dalam perspektif lembaga, faktor yang dominan mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal secara berurutan adalah kredibilitas manajemen (4,24), kredibilitas lembaga (4,23) kualitas layanan (4,1) dan sosialisasi (3,9). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 12, dibawah ini:

Tabel 12. Prioritas Faktor

Aspek	Faktor	Total Mean	Jumlah Variabel	Nilai Komposit	Peringkat
Perspektif Individu	Pengetahuan zakat	13.53	3	4.510	1
	Keimanan dan religiusitas	29.83	7	4.260	2
	Kesadaran dan kepercayaan	65.72	16	4.110	3
Perspektif Lembaga	Kredibilitas manajemen	33.92	8	4.240	1
	Kredibilitas lembaga	33.90	8	4.238	2
	Kualitas layanan	32.97	8	4.121	3
	Sosialisasi	11.68	3	3.893	4

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Terdapat 3 faktor dalam aspek perspektif individu yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal, yaitu; (a) keimanan dan religiusitas (b) kesadaran dan kepercayaan, dan (c) pengetahuan zakat. Sebanyak 26 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi ketiga faktor tersebut. Adapun dalam aspek perspektif lembaga, terdapat 4 faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal, yaitu; (a) kredibilitas lembaga, (b) kredibilitas manajemen, (c) kualitas layanan dan (d) sosialisasi. Sebanyak 27 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi keempat faktor tersebut.
2. Dalam aspek perspektif individu, faktor yang dominan mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal secara berurutan adalah

pengetahuan zakat (4,51), keimanan dan religiusitas (4,26), dan kesadaran dan kepercayaan (4,1). Adapun dalam aspek perspektif lembaga, faktor yang dominan mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal secara berurutan adalah kredibilitas manajemen (4,24), kredibilitas lembaga (4,23) kualitas layanan (4,1) dan sosialisasi (3,9).

SARAN

Penelitian ini merupakan penelitian awal yang berusaha mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat formal. Saran yang dapat diberikan adalah:

1. BAZNAS Pusat, BAZNAS Provinsi, BAZNAS Kota/Kabupaten serta LAZNAS dan LAZDA

Secara umum, pengetahuan zakat pada muzakki yang membayar zakatnya di lembaga zakat formal sudah baik. Untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat dari masyarakat secara luas, amil zakat lembaga formal harus mengelola lembaga secara professional dan memiliki prosedur standar operasi terutama terkait dengan prosedur penerimaan zakat dan komitmen melaksanakannya dengan baik. Selain itu, lembaga zakat harus menginformasikan profil umum lembaga dan laporan dana zakat secara berkala. Lembaga zakat juga sedapat mungkin memiliki fasilitas pembayaran online (aplikasi zakat online, virtual account) yang memberikan kenyamanan bagi muzakki dalam memenuhi kewajiban sosialnya.

2. Pemerintah

Untuk meningkatkan penghimpunan zakat, pemerintah dapat menetapkan regulasi yang kuat bahwa lembaga zakat harus mengelola dana zakat secara professional dengan kewajiban memiliki prosedur standar operasi dan pelaporan dana zakat secara berkala. Pemerintah juga dapat membuat institusi tertetu atau meminta institusi yang telah ada, untuk mengaudit kualitas manajemen dan lembaga zakat formal. ■

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. Derus, A.M. Al Malkawi, N. H.A. *"The effectiveness of zakat in alleviating poverty and inequalities: a measurement using a newly developed technique"*. Humanomics. Vol 1 No. 3: 314-329 (2015).
- Abu Bakar, N.B. Rashid, H.M.A. *"Motivations of paying zakat on income: evidence from Malaysia"*. International Journal of Economics and Finance. Vol. 2 No. 3 (2010).

- Ahmad, Z.A. Sholihin, M. *Accounting – nonaccounting information's effect toward decision to pay zakat*. Prosiding International Conference on Islamic Perspective of Accounting, Finance, Economics and Management (IPAFEM), 17-19 Agustus 2016, Yogyakarta, 2016.
- Ali, A.F.M. Abd. Rashid, Z. Johari, F. Abd. Aziz, M.R. *"The effectiveness of zakat in reducing poverty incident: an analysis in kelantan, Malaysia"*. Asian Social Science. Vol. 11 No. 21 (2015).
- Asmuni, M. *"Zakat profesi dan upaya menuju kesejahteraan sosial"*. Jurnal Ekonomi Islam La Riba. Vol 1: 43-56 (2007).
- Azman F.M.N., Bidin Z. *Zakat compliance intention behavior on saving*. Proceedings Of World Universities' Islamic Philanthroph Conference, 2013.
- Azman, F.M.A. Bidin, Z. *"Factors influencing zakat compliance behavior"*. International Journal of Business and Social Research. Vol 05 No. 1 (2015).
- [BAZNAS] Badan Amil Zakat Nasional. *Indonesia Zakat Outlook 2017*. Jakarta, 2017.
- Bidin, Z. Md. Idris, K. Mohd. Shamsudin, F. *"Predicting compliance intention on zakah on employment income in malaysia: an application of reasoned action theory"*. Jurnal Pengurusan. Vol 28: 85-102 (2009).
- Dahlan T. *Faktor faktor yang mempengaruhi intensitas muzakki menunaikan zakat pada baitul mal masjid jami an-nur*. Tesis. Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam Pasca Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta, 2008.
- Embong, M.R. Taha, E. Mohd. Nor, M.N. *"Role of zakat to eradicate poverty in Malaysia"*. Jurnal Pengurusan. Vol 39: 141-145 (2013).
- Firdaus, M. Beik, I.S. Irawan, T. Juanda, B. *"Economic estimation and determinations of zakat potential in Indonesia"*. IRTI Working Paper Series. WP No. 1433-07 (2012).
- Huda, N. Anggraini, D. Mardoni, K.M.A.Y. Rini, N. *"Prioritas solusi permasalahan pengelolaan zakat dengan metode ahb (studi di banten dan kalimantan selatan)"*. Jurnal Al- Iqtishad. Vol VI. No 2 (2014).
- Indahsari, K. *"Preferensi individu muslim dalam penyaluran zakat, infak, shadaqah dan waqaf (ziswa): kendala pembangunan sektor ketiga"*. Media Trend. Vol 8 No. 2 (2013).
- Jaelani A. *Pengaruh kualitas pelayanan dan social marketing lembaga amil zakat (laz) terhadap keputusan berzakat muzakki (studi kasus pada rumah zakat indonesia)*.

- Tesis. Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam Pasca Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta, 2008.
- Khraim, H. *"Measuring religiosity in consumer research from Islamic perspective"*. International Journal of Marketing Studies. Vol. 2 No. 2 (2010).
- Majid, M.S.A. *"The motivation of muzakki to pay zakat: study at the baitul mal aceh"*. Jurnal Signifikan. Vol. 6 No. 1 (2017).
- Md. Idris, K. Bidin, Z. Saad, R.A.J. *"Islamic religiosity measurement and its relationship with business income zakat compliance behavior. Jurnal Pengurusan"*. Vol 34 (2012).
- Merlinda, S. Burhan, U. Ekawaty, M. *"The determinant of moslem's decision in performing commerce zakat payment: case study in malang city, east java province"*. International Journal of Science and Local Economic Governance. Vol 7 No. 1 (2016).
- Muda, M. Marzuki, A. Shahrudin, A. *Factors influencing individual participation in zakat contribution: exploratory investigation*. Seminar for Islamic banking and Finance, 29-30 Agustus 2006.
- Mukhlis, A. Beik, I.S. *"Analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan membayar zakat: studi kasus kabupaten bogor"*. Jurnal Al- Muzara'ah. Vol 1 No. 1 (2013).
- Mustafa, M.O.A. Mohamad, M.H.S. Adnan, M.A. *"Antecedents of zakat payers' trust in an emerging zakat sector: an exploratory study"*. Journal of Islamic Accounting and Business Research. Vol. 4 No. 1 (2013).
- Saad, R.A.J. Haniffa, R. *"Determinants of zakat (Islamic tax) compliance behavior"*. Journal of Islamic Accounting and Business Research. Vol. 5 No. 2 (2014).
- Zainal, H. Bakar, A.A. Saad, R.A.J. *"Reputation, satisfaction of zakat distribution and service quality as determinant of stakeholder trust in zakat institutions"*. International Journal of Economics and Financial Issues. Vol. 6(2016).