



Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang

Ivada Hedi Maulidina¹ Nihayatu Aslamatis Solekah²

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan anteseden perilaku membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional dengan mengembangkan Theory of Planned Behaviour. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari sikap, subjective norm, perceived control, trust dan religiusitas terhadap minat membayar zakat masyarakat Lumajang pada Badan Amil Zakat Penelitian ini menggunakan Kuisisioner yang dibagikan dengan teknik accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 Muzakki dan Calon Muzakki pada Baznas di Lumajang. Uji analisa menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin meningkat sikap, subjective norm, trust dan religiusitas maka semakin meningkat pula minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat. Berbeda dengan perceived control berbanding terbalik berpengaruh negatif signifikan terhadap minat membayar zakat. Hal ini disebabkan keinginan muzakki menyalurkan zakat secara langsung lebih besar dibandingkan menyalurkan zakat kepada Badan amil zakat karena sesuai dengan keinginan mereka sendiri. Implikasi penelitian ini untuk merubah perilaku unik individu pihak BAZNAS melakukan pendekatan persuasive sehingga secara perlahan persepsi masyarakat terhadap besarnya pahala jika menyalurkan langsung zakat mereka bisa berubah.

Kata Kunci : *Sikap; Subjective Norm; Perceived Control; Trust; Religiusitas.*

¹Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

²Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

¹maulidina97@gmail.com ²aslamatiss_1@pbs.uin-malang.ac.id

Abstract

This research explains the antecedents of the behavior of paying zakat on the National Zakat Agency by developing Theory of Planned Behavior. The purpose of this study was to determine the effect of attitude, subjective norm, perceived control, trust and religiosity on intention to pay zakat of the Lumajang community at the Amil Zakat Board. This study used a questionnaire that was distributed with accidental sampling technique. The samples in this study were 100 Muzakki and Muzakki Candidates at Baznas in Lumajang. Analysis test using multiple regression. The results of this study indicate that the higher the attitude, subjective norms, trust and religiosity, the more intention to pay zakat on the Amil Zakat Board will increase. In contrast to the perceived control, it has a significant negative effect on intention to pay zakat. This is because the desire of muzakki to distribute zakat directly is greater than to distribute zakat to the amil zakat agency because it is in accordance with their own wishes. The implication of this research is to change the individual's unique behavior of BAZNAS to take a persuasive approach so that gradually the public's perception of the amount of reward if they distribute their zakat directly can change.

Keywords : Corporate Social Responsibility (CSR); Islamic Bank; Content Analysis.

PENDAHULUAN

Potensi zakat di Indonesia mencapai Rp.217.000.000.000.000. dan dapat dikategorikan sangat besar, tetapi realisasinya pengumpulan zakat masih jauh dibanding potensinya yaitu Rp.2.200.000.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa dalam upaya mengoptimalisasi pengumpulan zakat masih kurang optimal. Dalam upaya optimalisasi pengumpulan zakat, peran lembaga pengelola zakat sangat penting dalam pengotimalisasian ini. Keberadaan OPZ dan LAZ sebagai organisasi yang resmi mengelola zakat yang diakui pemerintah (UU No.23 tahun 2011 dan Peraturan Pemerintah No.14 tahun 2014) dituntut untuk dapat meningkatkan kepercayaan muzakki (*pembayar zakat*) dan donatur. Selain itu berzakat dan bersedekah bisa dijadikan life style atau gaya hidup masyarakat

Hasil survei Pusat Penelitian dan Advokasi Kepentingan Umum menyatakan bahwa potensi zakat dan realisasinya masih jauh dari harapan. Jumlah potensi setiap tahun adalah Rp 20 miliar, tetapi realisasinya masih 1,2 miliar atau hanya 6% (PIRACE, 2009). Rendahnya realisasi pendapatan zakat disebabkan oleh kepatuhan, kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat melalui lembaga zakat yang masih rendah. Motivasi individu untuk membayar



zakat melalui agen Amil Zakat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas (Ahmad, *et.,all.*, 2009). Lembaga pengelola zakat sudah banyak ditemui di setiap daerah termasuk di daerah Kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang menyediakan tempat menghimpun zakat yang nantinya digunakan untuk masyarakat yang ingin berzakat, dengan tujuan mempermudah BAZNAS dalam mendistribusikan zakatnya. Semakin banyak masyarakat yang menyalurkan zakatnya di BAZNAS Lumajang akan memaksimalkan pendistribusian zakat kepada masyarakat yang lebih membutuhkan. Namun, masyarakat Lumajang masih banyak yang enggan menyalurkan zakatnya di BAZNAS Lumajang. Pendapatan BAZNAS Lumajang dalam satu semester bisa mencapai Rp.314.936.128,- perbulan. Seharusnya potensi yang dicapai Rp.537.831.731,- dari dana zakat yang sudah terhimpun. Sehingga, masyarakat yang membutuhkan atau mustahiq belum maksimal mendapatkan penyaluran zakat tersebut (Basnaz, 2018).

Ridlwani dan Sukmana (2017) religiusitas, psikologis, sosial, dan regulasi pemerintah berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar zakat baik secara simultan maupun secara parsial. Pratiwi (2018) norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat umat Islam dalam membayar zakat pendapatan. Sementara itu, sikap tidak mempengaruhi perilaku kepatuhan Muslim Jayapura dan itu dipengaruhi secara signifikan oleh niat mereka dalam membayar zakat pendapatan dan kontrol perilaku yang dirasakan. Wahyudin *et.,all.*, (2018) menyebutkan bahwa sikap, *subjective norm*, *perceived control* berpengaruh terhadap niat berperilaku muzakki dalam membayar zakat. Satrio dan Siswantoro (2016) menyebutkan bahwa kepercayaan dan religiusitas berpengaruh minat muzakki untuk membayar zakat.

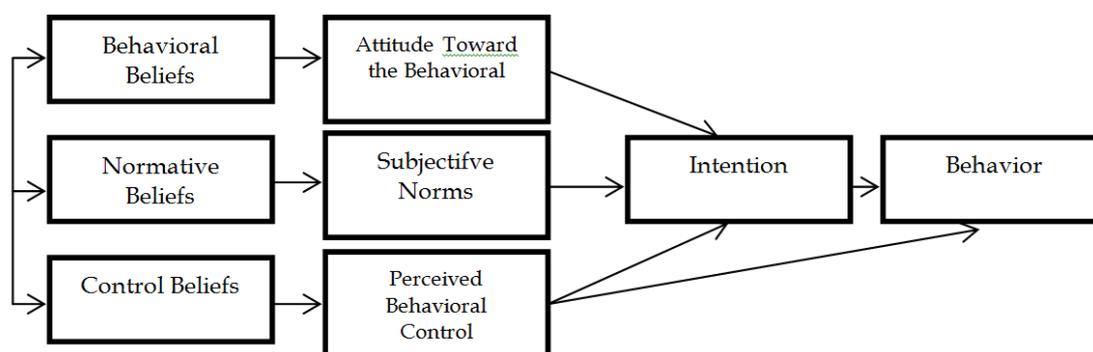
Jayanto dan Munawaroh (2019) Reputasi, transparansi laporan keuangan, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi. Dari beberapa hasil penelitian sebelumnya terdapat inkonsistensi faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat dimana sikap tidak serta merta mempengaruhi perilaku muzakki untuk membayar zakat pada Baznas yang merupakan lembaga filantropi resmi dari Pemerintah. Lebih dari 20 tahun aplikasi dan ekstensi TPB telah menjadi salah satu teori terpenting dalam psikologi sosial yang digunakan untuk menguraikan penentu pengambilan keputusan individu (Yuzhanin, Fisher 2016). Oleh karenanya penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat dengan menggunakan model TPB *Theory of Planned Behavioral* Ajzen terdiri dari sikap, *Subjective Norm*, *Perceived Control* dengan menambahkan variabel trust dan religiusitas.

KAJIAN LITERATUR

Fishbein dan Ajzen (1975) mengajukan teori pembentukan tingkah laku yang dibangun dengan adanya hubungan timbal balik antara kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), dan niat (*intention*). Sikap (*attitude*) adalah tingkah laku yang tampak dan ditampilkan dalam interaksinya dengan lingkungan sosial. Kepercayaan (*belief*) adalah suatu keadaan psikologis pada saat seseorang dianggap itu benar. Niat (*intention*) adalah tujuan seseorang mengerjakan suatu hal. Selain itu, perilaku individu digambarkan sebagai fungsi dari niat dan kontrol perilaku yang dirasakan (Corner, Armitage, 1998). Sebagaimana gambar 1 dibawah ini

Gambar 1
Teori Of Planned Behavioral



Sumber : Ajzen (2005)

Pengaruh Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat

Menurut Suharyati (2009) menyatakan bahwa sikap merupakan sebuah hubungan seseorang terhadap lingkungannya yang mewujudkan perasaan,



keyakinan seseorang akan yang menghasilkan kecenderungan untuk bertindak. Menurut Bilson (2002) komponen-komponen yang terdapat dalam sikap yaitu komponen kognitif, afektif dan behavioral. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa sikap mempengaruhi minat konsumen dengan berbagai setting obyek penelitian Imelda, *et.all.*, (2014) minat konsumen dalam menggunakan tinta printer Dataprint, Amin, *et. all.* (2011) niat untuk menggunakan pembiayaan pribadi.

Sehingga hipotesis yang diusulkan adalah.

H1 : “Sikap mempengaruhi minat Muzakki dalam membayar zakat profesi”.

Pengaruh Subjective Norm Terhadap Minat Membayar Zakat

Menurut Ajzen *et. all.*,(2004) mengungkapkan bahwa *subjective norm* merupakan bagian penting dalam teori tindakan beralasan. Ajzen *et.all.*, (2004) menjelaskan bahwa “Norma subjektif adalah fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu saat satu atau lebih orang di sekitarnya (seperti saudara, teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu untuk mematuhi mereka”. Menurut Ajzen (1991) norma subjektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan atau keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan suatu perilaku. Norma Subjektif merupakan pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang nantinya akan mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan dalam penelitian tentang intensi muzakki dalam membayar zakat sebelumnya juga pernah dilakukan oleh (Huda dan Gofur, 2012).

Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2 : *Subjective Norm* mempengaruhi minat Muzakki dalam membayar zakat.

Pengaruh Perceived Control Terhadap Minat Membayar Zakat

Perceived control merupakan persepsi seseorang yang mengarah mudah atau sulitnya dalam melakukan sesuatu. Apabila seseorang tersebut memiliki dorongan yang kuat dalam melakukan tindakan yang diinginkan maka,

orang tersebut memiliki untuk melakukan tindakan yang diinginkan tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang tersebut tidak memiliki dorongan yang kuat dalam melakukan tindakan yang diinginkan, maka orang tersebut tidak memiliki untuk melakukan tindakan yang diinginkan tersebut (Ajzen, 1995) .

Perceived control dapat mempengaruhi minat membayar zakat dan penelitian ini telah dibuktikan oleh Wahyudin, Wulandari dan Pradisti (2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi (2018), namun penelitian Bulutoding, Parmitasari dan Suhartono (2019) menjelaskan bahwa persepsi kontrol tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku kepatuhan zakat.

Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3 : *Perceived Control* mempengaruhi minat Muzakki dalam membayar zakat profesi.

Pengaruh Trust Terhadap Minat Membayar Zakat

Dalam hubungan kepercayaan terhadap minat kepercayaan muzakki sangatlah penting terhadap lembaga amal zakat. Apabila lembaga amal zakat dapat memberikan rasa aman kepada muzakki, maka muzakki tersebut percaya bahwa zakatnya yang telah disalurkan kepada lembaga tersebut dapat menjamin keamanannya. Hal ini sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Maslow dalam teori kebutuhan yang menyatakan bahwa rasa aman merupakan kebutuhan yang sangat fundamental bagi setiap manusia dengan demikian tingginya tingkat kepercayaan muzakki terhadap kredibilitas lembaga amal zakat akan mempengaruhi minat membayar zakat (Gibson, 1996). Beberapa studi menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat membayar zakat (Ali *et.all.*, 2017; Yunus , 2016; Wibowo 2006). Trust terhadap lembaga amal zakat merupakan kepercayaan muzakki terhadap lembaga amal zakat karena mereka yakin bahwa LAZ merupakan lembaga amal zakat yang didalamnya Muzakki yang profesional dan amanah.

Dengan demikian, hipotesis pada hubungan kepercayaan terhadap minat membayar zakat adalah sebagai berikut:

H4: *Trust* memiliki pengaruh yang terhadap minat membayar zakat



Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Membayar Zakat

Religiusitas atau agama adalah kepercayaan dan seperangkat aturan yang sudah pasti membimbing manusia dalam tindakan terhadap tuhan, diri sendiri dan orang lain (Turner, 2006). Agama adalah pentunjuk dari tuhan yang diturunkan untuk manusia. Disamping sebagai sebuah keyakinan (*belief*) agama juga merupakan fenomena sosial. Artinya, agama yang kita anut menimbulkan berbagai perilaku sosial, yakni perilaku yang berkembang dalam sebuah kehidupan bersama. Fungsi dasar agama tersebut ialah sumber pedoman hidup, mengatur tata cara hubungan manusia dengan tuhan, dan pedoman perasaan keyakinan. Studi terdahulu yang menunjukkan religiusitas mempengaruhi minat membayar zakat (Ali *et all.*, 2017; Yunus 2016; Yusuf dan Ismail, 2017).

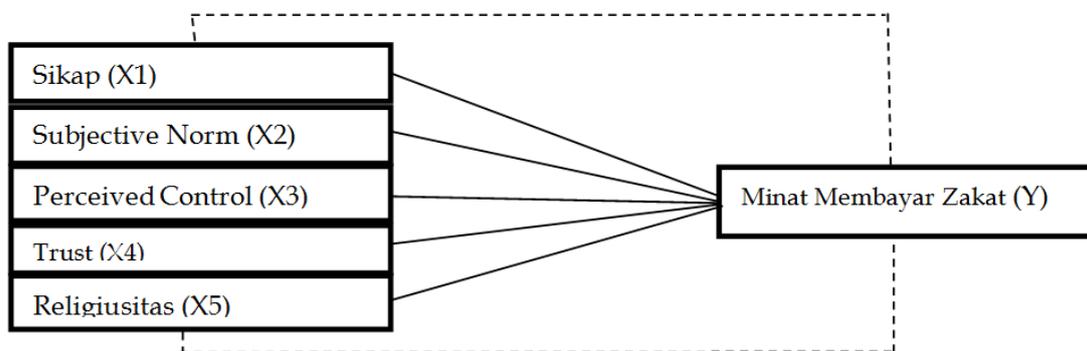
Dimana faktor keimanan dan pengetahuan tentang zakat mempengaruhi muzakki dalam membayar zakat, semakin tinggi tingkat keimanan dan pengetahuan zakat individu muslim akan lebih cenderung untuk membayar zakat.

Dengan demikian, hipotesis pada hubungan religiusitas terhadap minat membayar zakat adalah sebagai berikut:

H5: religiusitas memiliki pengaruh yang terhadap minat membayar zakat

Berdasarkan kajian literature diatas, maka dikembangkan model penelitian yang digambarkan pada gambar 2 berikut :

Gambar 2
Kerangka Hipotesis Penelitian



Sumber : Diolah Penulis 2020

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Lumajang dan masyarakat yang belum membayar zakat di BAZNAS Lumajang. Pada penelitian ini untuk mengambil sampel menggunakan *non probability sampling* atau *non random sampling* dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu teknik untuk menentukan sample secara kebetulan, jadi untuk menemukan konsumen secara kebetulan dan dilihat orang tersebut cocok digunakan untuk sumber data (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan sebanyak 100 Muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Lumajang dan masyarakat yang belum membayar zakat di BAZNAS Lumajang, dengan menggunakan rumus slovin dari total populasi yang tinggal di kecamatan Lumajang sebanyak 2862 orang. Uji validitas dan reliabilitas, serta regresi berganda dengan formula dibawah ini digunakan untuk uji hipotesa dalam penelitian ini.

Definisi operasional untuk variabel terikat minat membayar zakat (y) adalah motivasi seseorang dalam arti rencana sadar untuk mengerahkan upaya untuk melakukan perilaku (Eagly dan Chaiken, 1993, hal. 168. Sedangkan Sikap (X1) adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan objek, orang atau suatu peristiwa (Robbins, 2006). *subjective norm* (X2) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. *control beliefs* (X3) yang kemudian melahirkan kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (Ernawati, et all, 2011). *Trust* (X3) adalah keyakinan seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Yunus 2016). *Religiusitas* (X5) keyakinan terhadap agama untuk selalu menjalankan dan taat terhadap perintah dan meninggalkan apa yang dilarang agama (Nasikhah, 2013).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuisioner responden calon muzakki dan muzakki dalam penelitian ini, hasil analisa deskriptif karakteristik demografi responden dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Kriteria	Frekuensi	Percent
Jenis Kelamin	Laki-laki	53	53,0
	Perempuan	47	47,0
Usia	17-29 Tahun	56	56,0
	30-40Tahun	27	27,0
	> 40 Tahun	17	17,0
Pendidikan Terakhir	SD	1	1,0
	SMP	2	2,0
	SMA	36	36,0
	Sarjana	61	61,0
Pekerjaan	PNS	34	34,0
	Swasta	31	31,0
	Wirausaha	11	11,0
	Lainnya	24	24,0
	Rp.2.jt-Rp.4.jt	85	85,0
Penghasilan	Rp.4.jt - Rp. 6.jt	12	12,0
	Rp. 6.jt - Rp. 8.jt	2	2,0
	> Rp. 8.jt	1	1,0

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini 53% berjenis kelamin laki-laki, 47% berjenis kelamin wanita. Sementara untuk usia responden 17-29 tahun sebanyak 56%, 30-40 tahun sebanyak 27% dan lebih dari 40 tahun 17%. Untuk pendidikan terakhir SD 1%, SMP sebanyak 2%, SMA sebanyak 36% dan Sarjana 61%. Pekerjaan dari responden dalam penelitian ini PNS 34%, Swasta 31%, Wirausaha sebanyak 11%, lainnya sebanyak 24%. Sedangkan dari kategori penghasilan 85% responden berpenghasilan antara 2juta sampai 4 juta rupiah. 12 % berpengasilan 4 juta sampai 6 juta rupiah. 2% berpenghasilan antara 6 juta sampai 8 juta rupiah, dan 1% berpenghasilan lebih dari 8 juta rupiah.

Untuk hasil analisa regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2
Uji hipotesis secara Parsial Penelitian

	Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-2,553	3,260		-,783	,436
	Sikap	,222	,090	,196	2,472	,015
	<i>Subjective Norm</i>	,187	,076	,253	3,298	,001
	<i>Perceived Control</i>	-,240	,120	,165	-2,004	,048
	<i>Trust</i>	,507	,115	,336	4,415	,000
	Religiusitas	,433	,154	,266	2,808	,006

a. Variabel Dependent : minat membayar zakat

Sumber : diolah oleh peneliti 2020

Pada tabel 1 maka diperoleh nilai koefisien dari variabel sebagai berikut :

$$Y = -2,553 + 0,222 X_1 + 0,187 X_2 - 0,240 X_3 + 0,507 X_4 + 0,433 X_5 + 0$$

Keterangan :

Y : Minat Membayar Zakat

x1 : Sikap

x2 : *Subjective Norm*

x3 : *Perceived Control*

x4 : *Trust* (kepercayaan)

x5 : Religiusitas

b1 : Koefisien Variabel Sikap

b2 : Koefisien Variabel *Subjective Norm*

b3 : Koefisien Variabel *Perceived Control*

b4 : Koefisien Variabel *Trust*

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda diatas dapat



diinterpretasikan bahwa nilai koefisien minat berzakat (Y) -2,553 dapat diuraikan jika variabel minat zakat tidak berpengaruh oleh variabel sikap, *subjective norm*, *perceived control*, *trust*, dan *religiusitas*, maka besarnya minat berzakat sebesar -2,553. Sedangkan nilai koefisien sikap (X1) Jika variabel minat mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat zakat akan naik sebesar 22,2% atau 0,222 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan dengan nilai sebesar 0,222 menyatakan jika variabel minat pengaruh sikap terhadap minat zakat adalah positif. Untuk nilai koefisien *subjective norm* (X2) Jika variabel *subjective norm* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat zakat akan naik sebesar 18,7% atau 0,187 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan dengan nilai sebesar 0,187 menyatakan pengaruh *subjective norm* terhadap minat zakat adalah positif.

Nilai koefisien *perceived control* (X3) Jika variabel *perceived control* mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai minat zakat akan turun sebesar -2,4% atau -0.240 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstanta dengan nilai sebesar -0.240 menyatakan pengaruh *perceived control* terhadap minat zakat adalah negative. Sedangkan untuk nilai koefisien *trust* (X4) Jika variabel *trust* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat zakat naik sebesar 5,7% atau 0.507 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan nilai sebesar 0.507 menyatakan pengaruh *trust* terhadap minat zakat adalah positif. Untuk nilai koefisien religiusitas (X5) Jika variabel religiusitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat zakat naik sebesar 43,3% atau 0.433 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan nilai sebesar 0.433 menyatakan pengaruh religiusitas terhadap minat zakat adalah positif.

Uji Simultan

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan > 0.05 artinya variabel dependen memiliki pengaruh terhadap variabel independen (Asnawi dan Masyuri, 2011).

Untuk mengetahui determinan minat membayar zakat yang diukur dengan variabel sikap, *subjective norm*, *perceived control*, *trust* dan *religiusitas* dapat dilihat pada tabel 3 Hasil Uji F (Secara Bersama-sama).

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	317,004	5	63,401	28,305	,000 ^b
Residual	210,556	94	2,240		
Total	527,560	99			

- a. Variabel dependen: Minat Berzakat
- b. Predictors : (Constant), Religiusitas, Sikap, *Trust*, *Perceived Control*, *Subjective Norm*

Sumber : diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan hasil output SPSS diketahui nilai F hitung 28, 305 > 2,47 F tabel dengan tingkat signifikan <0,05, artinya secara bersama-sama variabel sikap (X1), *subjective norm* (X2), *perceived control* (X3), *trust* (X4), dan *religiusitas* (X5) berpengaruh terhadap minat zakat (Y) masyarakat Lumajang.

Pengaruh Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat

Dari tabel 2 dapat diinterpretasikan bahwa variabel sikap (X1) $0,015 < 0,05$ dan pada nilai $t_{hitung} 2,472 > \text{nilai } t_{tabel} -0,783$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel sikap (X1) dalam penelitian ini mempengaruhi minat membayar zakat. Apabila semakin meningkat sikap muzakki terhadap BAZNAS maka semakin meningkat pula minat membayar zakat pada BAZNAS. Sikap yang ditunjukkan dalam hasil penelitian ini berkaitan dengan perasaan yang muncul pada seseorang atau muzakki tersebut. Jika muzakki tersebut senang maka perilakunya akan mendukung atau peduli dengan adanya zakat, yang berakibat minat untuk menyalurkan zakat akan lebih tinggi dibandingkan orang yang tidak senang dan tidak peduli.

Menurut Yayat (2009) menyatakan bahwa sikap merupakan sebuah interaksi seseorang dengan lingkungannya yang mewujudkan perasaan, pemikiran seseorang terhadap suatu keyakinan yang menghasilkan kecenderungan untuk bertindak. Sikap seseorang yaitu perasaan yang mendukung atau tidak mendukung. Artinya sikap seseorang tersebut berkaitan dengan perasaan yang muncul pada seseorang tersebut. Jika seseorang tersebut senang maka seseorang tersebut akan mendukung atau peduli dengan adanya zakat, maka minat untuk



menyalurkan zakat akan lebih tinggi dibandingkan orang yang tidak senang dan tidak peduli.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian Pratiwi (2018) menjelaskan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Purwokerto. Dapat diartikan bahwa responden memiliki sikap mendukung dimana responden meyakini bahwa membayar zakat yaitu bermanfaat dan penting bagi dikehidupan mereka.

Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap Minat Membayar Zakat

Berdasarkan perhitungan dengan tingkat signifikansi variabel *subjective norm* (X2) $0,017 < 0,05$ dan pada nilai $t_{hitung} 2,441 > \text{nilai } t_{tabel} -0,783$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *subjective norm* (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Apabila semakin meningkat tekanan sosial muzakki terhadap BAZNAS maka semakin meningkat minat membayar zakat pada BAZNAS.

Subjective norm yaitu tekanan sosial yang nantinya dirasa untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan. Artinya, persepsi individu berpikir apakah perilaku tersebut harus dilakukan atau tidak. Oleh karenanya dalam hal ini muzakki ternyata dalam menentukan perilaku minat membayar zakatnya dipengaruhi oleh tekanan sosial dan persepsi individu mereka sendiri bahwa membayar zakat itu merupakan kewajiban seorang muslim dan penyalurannya tentunya di lembaga yang memiliki kredibilitas yang tinggi seperti BAZNAS.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian Pratiwi (2018) menjelaskan bahwa secara signifikan *subjective norm* mempengaruhi niat muslim dalam membayar zakat pendapatan di Jayapura. Artinya jika semakin kuat tekanan sosial yang dirasa untuk terlibat maka akan semakin tinggi keinginan muzakki dalam membayar zakat pendapatan di Jayapura.

Pengaruh *Perceived Control* Terhadap Minat Membayar Zakat

Berdasarkan perhitungan dengan tingkat signifikansi variabel *perceived control* (X3) $0,048 < 0,05$ dan pada nilai $t_{hitung} -2,004 > \text{nilai } t_{tabel} -0,783$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *perceived control* (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. *Perceived control* berpengaruh negatif tetapi signifikan

terhadap minat membayar zakat. Pada variabel *perceived control* menunjukkan bahwa walaupun masyarakat Lumajang paham kepada agama dan fungsi BAZNAS sebagai penyalur zakat, namun keinginan muzakki menyalurkan zakat secara langsung lebih besar karena sesuai dengan keinginan sendiri. Dan pada variabel ini berbanding terbalik dengan variabel-variabel dengan yang lainnya.

Perceived control merupakan kondisi dimana seseorang percaya pada suatu tindakan tersebut mudah atau sulit untuk dilakukan. Artinya, jika seseorang tersebut mempercayai bahwa yang dilakukan tersebut mudah maka dilakukannya. Sebaliknya jika seseorang tersebut mempercayai jika yang dilakukan sulit maka tidak dilakukannya. Dalam TPB, niat individu terutama bergantung pada tiga determinan: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Semua faktor penentu ini didasarkan pada struktur kepercayaan yang mendasari: keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan mengontrol keyakinan (Ajzen, I,1991).

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh negatif signifikan menunjukkan keunikan karakteristik perilaku minat masyarakat Lumajang untuk membayar zakat pada BAZNAS. Dimana mereka percaya bahwa sulit untuk membayar zakat pada Baznas. Hal ini disebabkan persepsi mereka akan rumitnya administratif pada lembaga pemerintah seperti BAZNAS serta masih tingginya kepercayaan pada keutamaan dan pahala yang lebih besar jika memberikan zakat langsung pada mustahiq zakat dibandingkan dengan menyalurkannya pada lembaga zakat. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Wahyudin *et.all.*, (2018) menjelaskan bahwa semakin besar kontrol perilaku dirasakan terhadap sarana dan prasana yang dapat memfasilitasi untuk membayar zakat.

Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Membayar Zakat

Berdasarkan perhitungan dengan tingkat signifikansi variabel *trust* (X4) $0,000 < 0,05$ dan pada nilai $t_{hitung} 4.415 > \text{nilai } t_{tabel} -0,783$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *trust* (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Apabila semakin meningkat kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS maka semakin meningkat juga minat muzakki untuk membayar zakat pada BAZNAS.



Trust adalah keyakinan seseorang terhadap suatu tindakan. Artinya kita akan meyakini bahwa tindakan yang dilakukan seseorang konsisten dengan kepercayaan mereka.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian Istikhomah (2019) menjelaskan bahwa jika tingkat transparansi baik maka kepercayaan muzakki kepada lembaga amil zakat juga semakin baik. Sebaliknya jika jika tingkat transparansi buruk maka kepercayaan muzakki kepada lembaga amil zakat akan buruk. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Anggita dan Yuliafitri (2020) dimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat di Lembaga Amil Zakat.

Dijelaskan pada firman Allah SWT pada QS. An - Nisa ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantar manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik – baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha Mendengar lagi Maha melihat.*”

Ayat tersebut menjelaskan tentang mengingatkan dan memberi bimbingan tentang menjaga amanah dalam setiap kondisi. Artinya BAZNAS harus menjaga amanatnya agar masyarakat lebih percaya kepada BAZNAS.

Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Minat Membayar Zakat

Berdasarkan perhitungan dengan tingkat signifikansi variabel *religiusitas* (X5) $0,006 < 0,05$ dan pada nilai $t_{hitung} 2,808 > \text{nilai } t_{tabel} -0,783$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *religiusitas* (X5) berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Religiusitas memberikan kontribusi terhadap minat membayar zakat. Apabila tingkat kereligiusitan seseorang tinggi maka semakin tinggi juga kemungkinan seseorang membayar zakat pada BAZNAS.



Religiusitas yaitu tingkat pemahaman seseorang dan tingkat komitmen dengan agamanya. Artinya memahami apa yang dianut pada agama kita dan kita berkomitmen apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dilarang untuk melakukannya.

Hasil penelitian ini mendukung Satrio dan Siswantoro(2016) Menjelaskan bahwa pentingnya pengetahuan dan kesadaran berzakat yang salah satunya rukun Islam yang wajib dilakukan.

Dijelaskan pada firman Allah SWT pada QS. Al - Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : *“Hai orang – orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turuti langkah – langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh nyata bagimu.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia ialah makhluk yang beragama untuk mengikuti ajaran agama Islam secara menyeluruh agar tidak mengikuti syaitan. Artinya pemahaman tentang keagamaan memberikan dasar bagi muzakki untuk patuh menjalankan kewajiban membayar zakat.

Berdasarkan uji statistik semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh semua variabel terhadap minat membayar zakat pada BAZNAZ. Selaras dengan hasil observasi bahwasanya masyarakat Lumajang mempunyai minat untuk berzakat melalui BAZNAS akan tetapi masih terdapat keraguan dan ketidaktahuan tentang program-program yang dilaksanakan BAZNAS dan pertanggungjawaban pengelolaan dana zakat di BAZNAS. Meskipun *perceived control* dan variabel *trust* pengaruhnya negatif. Hal ini dikarenakan kurangnya BAZNAS melakukan sosialisasi dan pendekatan persuasif kepada masyarakat Lumajang untuk menyalur zakat melalui BAZNAS. Terbukti bahwa masih banyak masyarakat Lumajang yang belum tau tentang program yang dilakukan oleh BAZNAS. Sehingga, keinginan berzakat yang besar dari masyarakat Lumajang tidak disalurkan melalui BAZNAS dan dilakukan secara mandiri tergantung dari keinginan menyalurkan zakatnya.



SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan variabel sikap, *subjective norm*, *perceived control*, *trust* dan religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat masyarakat Lumajang pada Badan Amil Zakat Nasional. Temuan dalam penelitian menunjukkan keunikan perilaku masyarakat lumajang yang dipengaruhi oleh *perceived control* dimana semakin meningkat *perceived control* mereka maka justru minat membayar zakat pada BAZNAS masyarakat lumajang malah menurun. Hal ini disebabkan persepsi masyarakat akan rumitnya administratif lembaga pemerintah termasuk BAZNAS serta tingginya keyakinan akan pahala berlipat jika menyalurkan zakat langsung pada mustahiqnya.

Implikasi hasil penelitian ini bagi BAZNAS Lumajang untuk sering melakukan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat Lumajang, agar masyarakat Lumajang lebih mengetahui BAZNAS Lumajang dan meningkatkan minat berzakat di BAZNAS Lumajang. Selain itu, pemerintah menyarankan sebaiknya mewajibkan untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS dan bisa dijadikan pengurang pajak maka selayaknya diberitahukan kepada calon muzakki agar lebih meningkat minat untuk membayar zakat pada BAZNAS dan untuk masyarakat menerapkan rukun Islam terutama berzakat melalui badan tersebut, agar pendistribusiannya tersalurkan secara merata dan lebih transparan dan akuntabel.

Penelitian selanjutnya agar lebih mengetahui sejauh mana BAZNAS melakukan program yang telah direncanakan oleh pemerintah serta menguji persepsi individu dengan pendekatan *personal value* seperti pemahaman *religious value* guna meningkatkan minat masyarakat untuk menyalurkan zakat pada BAZNAS.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Sanep dan Wahid, Hairunnizam. (2005). "Persepsi Agihan Zakat dan Kesannya terhadap Pembayaran Zakat Melalui Institusi Formal". *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 39, 53-69.
- Ahmad, S., Wahid, H., & Mohamad, A. (2006). Pensiwaan Institusi Zakat dan Kesannya Terhadap Pembayaran Secara Formal Di Malaysia. *International Journal of Management Studies*, 13(2), 175-196.
- Ali, M., Afiq, M. D., Izzat, A., Ridhwan, F., Farith, N. M., & Syafiq, W. M. (2017). Factors That Influence The Zakat Collection Funds: A Case In Kuantan. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 13(1)
- Anggita, Amelia. Yuliafitri, Indri (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat, *ISEI Accounting Review Vol. IV, No. 1*, 8-13.
- Ajzen, I., Brown, T. C., & Carvajal, F. (2004). Explaining the discrepancy between intentions and actions: The case of hypothetical bias in contingent valuation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1108-1121. (4) (PDF) *The Influence of Attitudes on Behavior*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/264000974_The_Influence_of_Attitudes_on_Behavior [accessed Aug 24 2020].
- Amin, H., Rahman, A. R. A., Jr, S. L. S., & Hwa, A. M. C. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22-42.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri 2011, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Press.
- Baznas. (2018). *Laporan Muzakki 2018*. Lumajang: BAZNAS, <https://kablumajang.baznas.go.id/laporan-muzakki-2019/>.
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bulutoding, Lince, Parmitasar, Rika, & Suhartono. (2019). Perilaku Kepatuhan Para Wajib Zakat di Provinsi Sulawesi Selatan. *Laa Maisyir Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 6, 191-210. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.



- Conner, M.; Armitage, J. Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *J. Appl. Soc. Psychol.* 1998, 28, 1429-1464.
- Dayakisni, Tri & Hudaniah. 2003. *Psikologi Sosial*. UMM Press : Malang.
- Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1993), *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace College Publishers, New York, NY.
- Ernawati, W. D., & Purnomosidhi, Bambang. (2011). "Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan dan sunset policy terhadap kepatuhan wajib pajak dengan niat sebagai variabel intervening". Magister thesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas, Brawijaya.
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gibson, James L. et al. 1996. *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Diterjemahkan oleh Ninuk Adriani. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Huda, N. And Abdul Gofur. (2012). "Analisis Intensi Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi". *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. Vol. IV, No. 2: 217-240.
- Istikhomah, Asrori. (2019). Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening. *Economic Education Analysis Journal* 8. 95-109.
- Imelda, Sri.Rofi'i. Huwaida, Hikmayanti.,(2014), Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pengguna Refill Tinta Printer Dataprint Di Banjarmasin), *SMART- Study & Management Research*, Vol XI, No.2, 39-51.
- Jayanto, Munawaroh, (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. (Vol. 11). 59-69.
- Pratiwi. (2018). Factors Influencing Muslims Compliance Behavior In Paying Zakah Of Income: A Case Study In Jayapura (A Non-Muslim Region In Indonesia). *Journal of Islamic Studies*. (Vol. 6). 70-88.
- Ridlwan, Sukmana. (2017). The Determinant Factors of Motivation to Pay Zakat in Regional Amil Zakat Agency of East Java. *Journal of Social and Islamic Culture*. (Vol. 25). 1334-1345.

- Robbins, P. Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan. Erlangga, Jakarta.
- Sapingi, R, Ahmad, N, & Mohamad, M, A. (2011). Study on Zakah of Employment Income: Factors that Influence Academics' Intention to Pay Zakah, *2nd International Conference on Business and Economic Research (2nd ICBER 2011) Proceeding*.
- Satrio, Eko dan Dodik Siswanto. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi*. 1-22.
- Suharyat, Yayat. 2009. Hubungan Antar Sikap, Minat dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region. Academia.edu*. Universitas Islam Bekasi.
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Turner, Bryan S. (ed.)(2006). *Social Theory*. London: Blackwell Publishing,. *Religion and Social Theory*. London: SAGE Publication, 1999. (ed.). *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*. terj. E. Setyawati. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Wahyudin, Wulandari Siti, dan Pradisti, Larisa. (2018). Analisis Intensi Membayar Zakat Berbeda Planned Behaviour Approach (Studi pada Lazis Baitul Arqam Purwokerto). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. (vol 20), 1-9
- Wibowo S. (2006). Relationship Marketing Inputs Terhadap Customer Loyalty Pada Industry Hospitality di Surabaya. *Utilitas*, Vol. 14 No. 2 Juni.
- Yunus, Muhamad. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Kontribusi Terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat Di Baitul Mal (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe). *At-Tawassuth*. Vol. 1. 95-124.
- Yusuf, Muhammad,. Ismail, Tubagus (2017), Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pengetahuan Zakat Dan Sikap Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Muslim. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*. Volume 9, Nomor 02, 223-243.
- Yuzhanin, S.; Fisher, D. Article information: The efficacy of the theory of planned behavior for predicting intentions to choose a travel destination: A review. *Tour. Rev.* 2016, 71, 135-147.

