

# Kenapa Muslim Indonesia membayar Zakat di Lembaga Zakat Formal? Studi Kasus Muzakki di Jabodetabek Indonesia

Umar Said<sup>1</sup>, Rahmatina Awaliah Kasri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia  
Email: rahmatina@ui.ac.id

## Abstract

Indonesia, as a country with the largest Muslim population in the world, has enormous potential for zakat funds. However, this enormous potential has yet to be fully realized, as seen from the collection of zakat, which is still low in realization. Therefore, this study aims to examine the factors that influence a Muslim (muzakki) to pay zakat in two official institutions according to the zakat law, namely the National Amil Zakat Agency (BAZ) and the Amil Zakat Institution (LAZ), in Indonesia. The method used in this quantitative research is Structural Equation Modeling (SEM). The study's results involving 213 respondents showed that of the six variables, namely religiosity, knowledge, income, service quality, credibility, and social influence, only the credibility variable significantly affected the intention to pay zakat through official institutions in Indonesia. In addition, intention was also found to influence people's behavior in paying zakat. This research shows the importance of increasing the credibility of BAZ and LAZ so that more people pay their zakat through this official institution. Therefore, in the future, the realization of collecting zakat funds can approach its potential. **Keywords:** Zakat in Indonesia; Intention to Pay Zakat; National Amil Zakat Board (BAZ); Amil Zakat Institution (LAZ); Structural Equation Modeling (SEM).

## Abstrak

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi dana zakat yang sangat besar. Namun potensi yang sangat besar tersebut belum bisa direalisasikan sepenuhnya, sebagaimana dapat dilihat dari pengumpulan zakat yang masih rendah realisasinya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang (muzakki) untuk membayar zakat di dua lembaga resmi sesuai UU zakat, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian yang melibatkan 213 orang responden ini menunjukkan bahwa dari enam variabel, yaitu religiusitas, pengetahuan, pendapatan, kualitas layanan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, hanya variabel kredibilitas yang signifikan mempengaruhi intensi untuk membayar zakat melalui lembaga resmi di Indonesia. Selain itu, intensi juga ditemukan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam membayar zakat. Penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan kredibilitas BAZ dan LAZ agar semakin banyak masyarakat yang membayarkan zakatnya melalui lembaga resmi ini. Sehingga ke depan realisasi pengumpulan dana zakat bisa mendekati potensinya.

**Keyword:** Zakat di Indonesia; Intensi membayar zakat; Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS); Lembaga Amil Zakat (LAZ); Structural Equation Modeling (SEM).

## 1. Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi dana zakat yang sangat besar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada pertengahan tahun 2023, penduduk Indonesia akan berjumlah mendekati 280 juta jiwa dimana 87% merupakan Muslim. Dari sekitar 230an juta Muslim tersebut, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) telah melakukan penelitian dan memperkirakan potensi zakat nasional mencapai Rp 286 triliun per tahun. Selain itu, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta juga telah melakukan penelitian serupa dan menyimpulkan bahwa potensi zakat nasional dapat mencapai Rp 19,3 triliun per tahun. Penelitian mengenai potensi zakat juga dilakukan oleh perseorangan atau non-lembaga. Sementara Firdaus et al. menyebutkan bahwa potensi zakat nasional pada tahun 2011 mencapai 3,4 persen dari total produk domestik bruto (PDB) [1], atau dengan kata lain potensi zakat di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 217 triliun. Jumlah ini meliputi potensi penerimaan zakat dari berbagai sumber, seperti zakat di rumah tangga, perusahaan swasta, badan usaha milik negara (BUMN), serta deposito dan tabungan [2].

Namun, potensi zakat di Indonesia yang digambarkan oleh berbagai penelitian tersebut belum didukung oleh penghimpunan dana zakat di lapangan. Data terkini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan yang sangat tinggi antara potensi zakat dengan penghimpunan dana zakat.

Hal ini dapat dilihat dari data penghimpunan zakat, infak, dan sedekah nasional oleh organisasi pengelola zakat (OPZ) resmi yang pada tahun 2022 mencapai Rp 17 triliun [3].

Saat ini, menurut UU Zakat No. 23/2011, terdapat dua OPZ resmi, yaitu lembaga Pemerintah berbentuk BAZNAS (baik BAZNAS pusat, BAZNAS provinsi, maupun BAZNAS kabupaten/kota) dan lembaga swasta berbentuk lembaga amil zakat (LAZ). Kedua jenis OPZ ini telah melakukan berbagai upaya untuk mengumpulkan dana zakat dari para muzakki. Hasilnya, penghimpunan dana zakat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun, usaha tersebut belum cukup untuk merealisasikan pengumpulan dana zakat yang dapat mendekati potensi zakat di Indonesia.

Dari penjabaran latar belakang dan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat di badan amil zakat (BAZ) dan lembaga amil zakat (LAZ). Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat merupakan kata dasar dari zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih, dan baik. Sesuatu itu dikatakan zaka, berarti sesuatu tersebut tumbuh dan berkembang, dan seseorang itu dikatakan zaka berarti seseorang tersebut baik. Menurut buku Lisanul Arab, arti dasar dari kata zakat ditinjau dari segi bahasa yaitu suci, tumbuh, berkah, dan terpuji. Akan tetapi yang terkuat menurut Wahidi dan lain-lain, kata dasar zakat berarti bertambah dan tumbuh, sehingga bisa dikatakan, tanaman itu zakat, artinya tumbuh, sedangkan tiap sesuatu yang bertambah disebut zakat yang artinya bertambah. Bila suatu tanaman tumbuh tanpa cacat, maka kata zakat di sini berarti bersih [4].

Adapun dari segi istilah fiqh zakat berarti "Sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak" di samping berarti "Mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri". Jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang dikeluarkan itu menambah banyak, membuat lebih berarti, dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan. Demikianlah Imam An Nawawi mengutip pendapat Wahidi. Ibnu Taimiyah berkata, "Jiwa orang yang berzakat itu menjadi bersih dan kekayaannya akan bersih pula: bersih dan bertambah maknanya" [4].

Ulama lain, Sabiq (2009), dalam bukunya Fiqih Sunnah (terjemahan) mendefinisikan zakat sebagai hak Allah berupa harta yang diberikan oleh seseorang (yang kaya) kepada orang-orang fakir. Harta itu disebut zakat karena di dalamnya terkandung penyucian jiwa, pengembangannya dengan kebaikan-kebaikan, dan harapan untuk mendapat berkah. Hal itu dikarenakan asal kata zakat adalah "Az Zakah" yang berarti tumbuh, suci, dan berkah [5].

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam yang lima. Hukum menunaikan zakat adalah wajib [6]. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Syaikh Sayyid Sabiq dalam bukunya Fiqih Sunnah. Sabiq (2009) berkata dalam bukunya tersebut bahwa zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam [5]. Karena nilainya yang sangat penting dalam Islam, zakat sangat ditekankan di dalam Al Qur'an. Ada 82 ayat yang menyandingkan kata zakat dengan kata shalat. Dan Allah telah mewajibkan zakat kepada kaum muslimin melalui Al Qur'an, As Sunnah, dan ijma'.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dengan demikian, BAZNAS bersama Pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas [7].

Sebagai lembaga pemerintah, BAZNAS menjalankan empat fungsi, yaitu (baznas.go.id):

- 1) Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 3) Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 4) Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat

Untuk terlaksananya tugas dan fungsi tersebut, maka BAZNAS memiliki kewenangan (baznas.go.id):

- 1) Menghimpun, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat

- 2) Memberikan rekomendasi dalam pembentukan BAZNAS Provinsi, BAZNAS Kabupaten/Kota, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ)
- 3) Meminta laporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya kepada BAZNAS Provinsi dan LAZ

Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, lembaga amil zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Pembentukan LAZ wajib mendapat izin menteri agama atau pejabat yang ditunjuk oleh menteri agama. Lembaga amil zakat wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah diaudit kepada BAZNAS secara berkala. Sama halnya dengan BAZNAS, LAZ juga dapat menerima infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya. Dalam menjalankan aktivitas pengelolaan zakat, LAZ dapat menggunakan hak amil untuk membiayai kegiatan operasionalnya.

Studi terdahulu yang membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi membayar zakat sudah dilakukan di Malaysia [8], di Indonesia [9], dan di Filipina [10]. Selain itu, juga telah terdapat penelitian yang membahas mengenai intensi membayar zakat online oleh Muslim di berbagai negara [11].

Abdullah dan Sapiei [8] melakukan studi untuk melihat apakah religiusitas, dan pendidikan islam formal memengaruhi perilaku kepatuhan membayar zakat di Malaysia. Dengan menggunakan metode *multiple regression*, hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas islam memengaruhi perilaku patuh zakat. Selain itu, studi ini menemukan bahwa pendidikan islam formal tidak signifikan memengaruhi perilaku berzakat. Studi yang serupa dilakukan oleh Andam dan Osman [10] dalam konteks intensi muslim Filipina membayar zakat pendapatan. Studi ini menggunakan kerangka *extended theory of planned behaviour* yang terdiri atas enam variabel yakni sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, norma injungtif, norma deskriptif, norma moral, dan perilaku masa lalu. Dengan menggunakan metode *multiple regression*, penelitian ini menemukan bahwa sikap, norma deskriptif, dan norma moral secara positif memengaruhi intensi membayar zakat pendapatan sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan, norma injungtif, dan perilaku masa lalu tidak signifikan berpengaruh terhadap intensi berzakat.

Penelitian mengenai intensi membayar zakat juga pernah dilakukan di Indonesia. Cokrohadisumarto, Zaenudin, Santoso, dan Sumiati [9] melakukan penelitian terkait perilaku muslim Jawa Tengah dalam membayar zakat. Penelitian ini memasukkan variabel pemahaman masyarakat terhadap zakat, kredibilitas lembaga pengelola zakat, informasi dan peran pemuka agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap zakat secara positif memengaruhi perilaku membayar zakat. Artinya, semakin tinggi pemahaman seseorang maka semakin tinggi pengetahuannya mengenai zakat dan jika mereka telah memenuhi syarat untuk berzakat maka ia akan terpacu untuk membayarkan zakatnya. Selain itu, kredibilitas lembaga zakat (dimoderatori oleh peran informasi) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku membayar zakat. Selanjutnya, terkait dengan peran informasi sebagai variabel yang memoderasi, informasi berperan untuk memperkuat pengaruh kredibilitas lembaga zakat terhadap perilaku membayar zakat. Terakhir, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemuka agama tidak signifikan memengaruhi perilaku membayar zakat.

Studi serupa dilakukan oleh Kasri dan Yuniar [11], yang secara khusus melihat faktor-faktor yang memengaruhi intensi seseorang menggunakan *online platform* untuk membayar zakat di Indonesia. Penelitian ini menambahkan variabel zakat literacy (literasi zakat) ke dalam komponen utama model UTAUT. Penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, dan literasi zakat secara signifikan memengaruhi intensi membayar zakat secara online sedangkan pengaruh sosial ditemukan tidak signifikan memengaruhi intensi membayar zakat secara online. Kesimpulan yang sama diperoleh oleh penelitian yang dilakukan oleh Ninglasari [12].

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini mengembangkan tujuh hipotesis sebagai berikut:

H1 = Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia

- H2 = Pengetahuan tentang zakat memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia
- H3 = Pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia
- H4 = Kualitas layanan BAZ atau LAZ memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia
- H5 = Kredibilitas BAZ atau LAZ memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia
- H6 = Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap intensi/minat membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia
- H7 = Intensi/minat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku membayar zakat di BAZ atau LAZ di Indonesia

**2. Metode**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian yang dilakukan menggunakan data empiris berupa angka-angka yang kemudian diolah menggunakan statistik. Secara umum penelitian ini akan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang muzakki (pembayar zakat) melakukan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ). Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner online. Selain itu data sekunder juga digunakan untuk menunjang penelitian. Data sekunder tersebut diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku, skripsi, data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), dan berbagai sumber lainnya. Populasi adalah seluruh anggota dari kelompok atau grup yang telah ditetapkan (tidak harus orang), sedangkan sampel adalah suatu subset dari populasi tersebut [13]. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh muzakki yang ada di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Dari populasi muzakki di Jabodetabek tersebut diperoleh 213 orang responden sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei menggunakan kuesioner dengan muzakki di Jabodetabek yang pernah membayar zakat di BAZ atau LAZ dalam setahun terakhir sebagai respondennya. Survei dilakukan secara *online* dengan menggunakan Google Form.

**Tabel 1.** Pilihan Jawaban dengan Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner yang disebarakan tersebut terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan saringan (*screening questions*). Bagian kedua yang menanyakan tentang data-data pribadi seperti jenis kelamin, status pernikahan, usia, tempat tinggal, pendidikan terakhir yang ditamatkan, pekerjaan, gaji/penghasilan per bulan, besarnya zakat yang dibayarkan melalui BAZ atau LAZ, tempat menyalurkan zakat selain BAZ atau LAZ, dan besarnya zakat yang dibayarkan melalui tempat selain BAZ atau LAZ tersebut. Terakhir, pada bagian ketiga, responden diminta untuk memberikan penilaiannya terhadap 33 pernyataan seputar faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat maal (zakat harta) di BAZ atau LAZ. Responden memberikan penilaian tersebut dengan menggunakan skala Likert 5 pilihan (lihat Tabel.1).

Teknik memilih sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, dimana peneliti memilih sampel secara kebetulan, tergantung ketersediaan dan kemudahan mengakses responden [14]. Variabel eksogen atau variabel independen dalam penelitian ini adalah religiusitas, pengetahuan, pendapatan, kualitas layanan, kredibilitas, dan pengaruh sosial.

Sedangkan variabel endogen atau variabel dependen yang digunakan adalah intensi/minat dan perilaku. Data yang telah diperoleh kemudian diolah menggunakan dua metode yang berbeda. Metode pertama adalah analisis deskriptif, dan metode kedua adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software Lisrel. Analisis data dalam penelitian ini melalui beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut adalah uji model pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, uji model struktural, uji *good of fit* untuk menguji apakah model mampu merepresentasikan data dengan baik, dan terakhir uji t statistik untuk menguji hipotesis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Data Demografis Responden

Untuk mendapatkan responden, penelitian ini menggunakan kuesioner online yang dibuat menggunakan Google Forms. Kuesioner tersebut kemudian disebarluaskan melalui media sosial WhatsApp, Line, Facebook, dan Twitter. Dari pengumpulan data tersebut, peneliti berhasil memperoleh 315 responden dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 2.** Responden Penelitian

Responden	Jumlah	Persentase
Tinggal di Jabodetabek	213 orang	67,62 %
Tinggal di luar Jabodetabek	77 orang	24,44 %
Menjawab “Tidak” pada pertanyaan saringan	25 orang	7,94 %
<b>Total</b>	<b>315 orang</b>	<b>100 %</b>

Dari 315 responden yang peneliti peroleh, data yang bisa digunakan adalah sebanyak 290 responden. Hal ini dikarenakan ada sebanyak 25 responden yang menjawab “Tidak” pada pertanyaan saringan (*screening questions*), namun tetap melanjutkan mengisi kuesioner. Padahal pertanyaan saringan tersebut berguna untuk menyaring orang-orang yang bisa berpartisipasi dalam kuesioner dengan menjadi responden. Dari 290 responden tersebut, peneliti memperoleh 213 responden yang berdomisili di Jabodetabek dan 77 responden yang berdomisili di luar Jabodetabek. Oleh karena penelitian ini hanya menggunakan data dari responden yang berdomisili di Jabodetabek, maka data yang bisa diolah sebesar 213 responden.

**Tabel 3.** Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	116 orang	54,46 %
Wanita	97 orang	45,54 %
<b>Total</b>	<b>213 orang</b>	<b>100 %</b>

Tabel 3 menunjukkan jumlah dan persentase responden berdasarkan jenis kelaminnya. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa responden pria lebih banyak daripada responden wanita dengan selisih 19 orang atau sekitar 9 persen dari jumlah total responden.

#### 3.2. Analisis Model Pengukuran

Bagian ini akan menganalisis kemampuan indikator untuk merepresentasikan variabel laten. Hal ini dilakukan dengan cara melihat loading factor indikator terhadap variabel laten yang terdapat dalam diagram model penelitian. Sebelum melakukan analisis model pengukuran, model penelitian perlu melalui beberapa tahapan pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji goodness of fit. Hasil uji model penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji validitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk membuktikan bahwa indikator mampu merepresentasikan variabel latennya dengan baik. Menurut Rigdon dan Ferguson (1991) serta Doll, Xia, dan Torkzadeh (1994) dalam Wijanto [15], suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai t muatan faktornya (*loading factors*)  $\geq 1,96$  (nilai kritis) dan muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*)  $\geq 0,7$ . Sementara itu Igbaria et.al. (1997) dalam Wijanto [15] yang menggunakan guideline dari Hair et.al. [16] tentang *relative importance and significant of the factor loading of each item* menyatakan bahwa muatan faktor standar  $\geq 0,5$  adalah very significant.



Hasil t statistik menunjukkan bahwa semua indikator lulus uji, sementara hasil uji standard loading menunjukkan bahwa semua indikator lulus uji, kecuali 3 indikator, yaitu tingkat pendapatan (PEND1), zakat sebagai pengurang penghasilan kena pajak (PKP) (PEND3), dan zakat sebagai pengurang kewajiban pajak (PEND4). Kemudian semua indikator yang tidak lulus uji dihapus dari model penelitian (*dropping*) karena tidak memenuhi standar validitas. Setelah dilakukan proses *dropping*, model penelitian diuji kembali dan hasilnya semua indikator lulus uji dan bisa dinyatakan valid merepresentasikan variabel latennya.

Setelah dilakukan uji validitas, maka tahap selanjutnya adalah menguji reliabilitas model pengukuran penelitian. Uji reliabilitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk membuktikan ketepatan dan konsistensi indikator dalam mengukur variabel latennya. Variabel laten dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* (CR) lebih dari 0,7 dan *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,5. Berikut adalah nilai *composite reliability* dan *average variance extracted* variabel laten model penelitian ini:

**Tabel 4.** *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted* Model Penelitian

	RELI	PENG	PEND	KUAL	KRED	PESO	INTE	PERI
CR	0.967659	0.828095	0.508165	0.9121	0.939432	0.832898	0.877439	0.865265
AVE	0.882132	0.555388	0.360799	0.618563	0.662592	0.381815	0.705971	0.684857

Dari Tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *average variance extracted* semua variabel, kecuali pendapatan (PEND), lebih besar dari nilai minimal lulus uji, yaitu 0,7 untuk CR dan 0,5 untuk AVE. Dengan demikian model pengukuran telah lulus uji reliabilitas dan bisa disimpulkan bahwa setiap indikator variabel laten, kecuali pendapatan, telah reliabel.

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji *goodness of fit* terhadap model pengukuran. Uji *goodness of fit* dilakukan untuk melihat kemampuan model menghasilkan estimasi yang mendekati nilai observasi data. Semakin *good fit* sebuah model, maka model tersebut mampu mengestimasi data dengan lebih baik. Uji *goodness of fit* dilakukan dengan menggunakan indeks-indeks *goodness of fit*. Model dianggap lulus uji jika nilai indeks model memenuhi kriteria lulus uji yang berbeda pada tiap indeksnya. Berikut adalah hasil uji indeks *good of fit* model pengukuran penelitian ini:

**Tabel 5.** Hasil Uji *Good of Fit* Model Pengukuran Penelitian

Indeks <i>Good of Fit</i>	Nilai Lulus Uji	Nilai Model
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	≤ 0,08	0.076
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0,8	0.78
Normed Fit Index (NFI)	≥ 0,8	0.85
Relative Fit Index (RFI)	≥ 0,8	0.83
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0,8	0.91

Tabel 5 di atas adalah hasil uji *goodness of fit* model pengukuran penelitian dengan standar lulus uji berdasarkan Wijanto [14] (2008). Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa empat dari lima nilai indeks *good of fit* model pengukuran lulus uji. Menurut Hair et.al [15], menggunakan tiga hingga empat indeks pengukuran *good of fit* sudah cukup untuk membuktikan bahwa model fit. Dengan demikian model pengukuran sudah *good fit* dan mampu merepresentasikan data dengan baik.

### 3.3. Interpretasi Hasil *Loading Factor*

Setelah model pengukuran penelitian lulus semua tahap pengujian, maka model dapat diinterpretasikan untuk melihat kemampuan tiap indikator merepresentasikan variabel latennya. Indikator yang memiliki standard loading tertinggi terhadap variabel religiusitas adalah RELI1 dengan nilai 0,97. RELI1 adalah indikator tentang alasan atau niat responden menunaikan zakat adalah karena ingin menjalankan perintah Allah dan Rasul-Nya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator alasan atau niat menunaikan zakat merepresentasikan variabel religiusitas dengan

kuat, sehingga bisa dikatakan seseorang memiliki religiusitas yang tinggi salah satunya jika ia menunaikan zakat ikhlas karena Allah.

Pada variabel pengetahuan, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah PENG1 dengan nilai 0,97. PENG1 adalah indikator tentang pengetahuan hukum membayar zakat adalah wajib bagi Muslim yang memenuhi syarat-syarat wajib zakat. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pengetahuan hukum membayar zakat merepresentasikan variabel pengetahuan dengan kuat, sehingga bisa dikatakan seseorang memiliki pengetahuan tentang zakat yang tinggi salah satunya jika ia mengetahui hukum membayar zakat adalah wajib.

Pada variabel pendapatan, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah PEND2 dengan nilai 0,75. PEND2 adalah indikator tentang penunaian zakat yang tidak mengganggu pengeluaran yang lain dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pengeluaran zakat merepresentasikan variabel pendapatan dengan cukup kuat, sehingga bisa dikatakan seseorang memiliki pendapatan yang cukup tinggi salah satunya jika penunaian zakat tidak mengganggu pengeluaran yang lain.

Pada variabel kualitas layanan, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah KUAL5 dengan nilai 0,89. KUAL5 adalah indikator tentang penilaian terhadap program-program pendistribusian zakat oleh BAZ atau LAZ yang dianggap bermanfaat bagi mustahik. Hal ini menunjukkan bahwa indikator program pendistribusian zakat yang bermanfaat merepresentasikan variabel kualitas layanan dengan kuat, sehingga bisa dikatakan suatu BAZ atau LAZ memiliki kualitas layanan yang baik salah satunya jika memiliki program-program pendistribusian zakat yang bermanfaat bagi mustahik.

Pada variabel kredibilitas, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah KRED2 dan KRED3 dengan nilai yang sama yaitu 0,91. KRED2 adalah indikator tentang BAZ atau LAZ yang melaksanakan tugasnya dengan amanah dan profesional, sedangkan KRED3 adalah indikator tentang BAZ atau LAZ yang dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara vertikal (kepada Allah) maupun secara horizontal (kepada masyarakat). Hal ini menunjukkan bahwa indikator amanah dan profesional serta tanggung jawab merepresentasikan variabel kredibilitas dengan kuat, sehingga bisa dikatakan suatu BAZ atau LAZ memiliki kredibilitas yang tinggi salah satunya jika memiliki sifat amanah, profesional, dan tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya.

Pada variabel pengaruh sosial, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah PESO4 dengan nilai 0,8. PESO4 adalah indikator tentang pengaruh teman atau sahabat dalam menunaikan zakat di BAZ atau LAZ. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pengaruh teman atau sahabat merepresentasikan variabel pengaruh sosial dengan kuat, sehingga bisa dikatakan seseorang menunaikan zakat di BAZ atau LAZ salah satunya adalah karena pengaruh teman atau sahabat.

Pada variabel intensi atau minat, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah INTE1 dengan nilai 0,92. INTE1 adalah indikator tentang perasaan senang responden ketika bisa membayar zakat. Hal ini selaras dengan hasil temuan pada variabel religiusitas, dimana indikator yang paling kuat merepresentasikan variabel tersebut adalah alasan atau niat membayar zakat karena ingin menjalankan perintah Allah dan rasul-Nya. Seorang yang religius akan merasa senang jika ia dapat menjalankan perintah Allah dan rasul-Nya.

Pada variabel yang terakhir, yaitu perilaku, indikator yang memiliki standard loading tertinggi adalah PERI2 dengan nilai 0,9. PERI2 adalah indikator tentang keinginan responden untuk terus membayar zakat di BAZ atau LAZ. Hal ini selaras dengan temuan pada variabel intensi atau minat dimana indikator yang paling kuat merepresentasikan variabel tersebut adalah perasaan senang responden ketika bisa membayar zakat. Seorang yang merasa senang ketika bisa membayar zakat tentu akan berupaya agar terus dapat membayar zakat.

### **3.4. Analisis Model Struktural**

Analisis model struktural adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dalam suatu model penelitian. Model penelitian ini perlu melewati beberapa uji

statistik terlebih dahulu untuk memastikan bahwa model mampu mengestimasi dengan baik. Uji statistik yang perlu dilalui oleh model struktural adalah uji *goodness of fit* dan uji hipotesis.

**3.4.1. Uji Goodness of Fit**

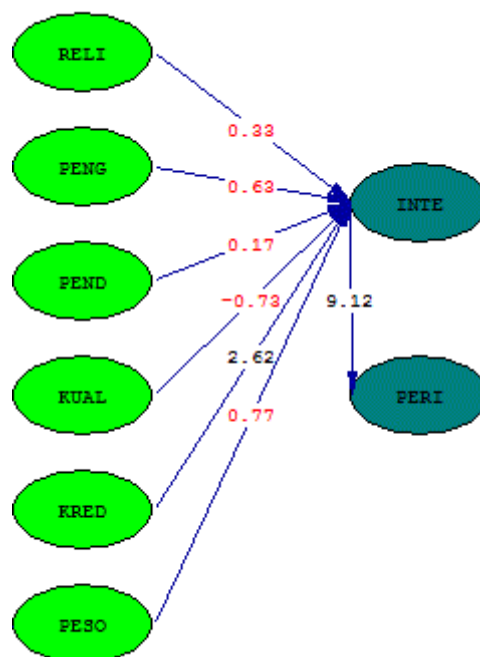
Uji *goodness of fit* pada model struktural tidak jauh berbeda dengan uji *goodness of fit* pada model pengukuran. Keduanya dilakukan untuk mengetahui apakah model sudah merepresentasikan data dengan baik. Indeks pengukuran yang digunakan dalam pengujian ini juga sama. Hasil uji *goodness of fit* model struktural penelitian ini diringkaskan pada Tabel 4.5. Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa empat dari lima nilai indeks *good of fit* model struktural telah lulus uji. Menurut Hair et.al [18] (2009), menggunakan tiga hingga empat indeks pengukuran *good of fit* sudah cukup untuk membuktikan bahwa model fit. Dengan demikian, bisa diputuskan bahwa model struktural bisa merepresentasikan data dengan baik dan bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

**Tabel 6.** Hasil Uji *Good of Fit* Model Struktural Penelitian

Indeks <i>Good of Fit</i>	Nilai Lulus Uji	Nilai Model
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	≤ 0,08	0.078
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0,8	0.78
Normed Fit Index (NFI)	≥ 0,8	0.85
Relative Fit Index (RFI)	≥ 0,8	0.83
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0,8	0.90

**3.4.2. Hasil Uji Hipotesis**

Setelah model melalui uji *good of fit*, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis terhadap model struktural. Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel laten yang dihipotesiskan benar atau tidak. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai t statistik hubungan antar variabel laten pada *path diagram*. Hipotesis dapat diterima jika nilai t statistik lebih dari nilai t tabel dan memiliki arah hubungan yang sesuai dengan hipotesis (positif atau negatif). Nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,64, sehingga hipotesis akan diterima jika nilai t statistik < -1,64 atau t statistik > 1,64. Untuk tiap hipotesis yang diuji, nilai t statistik dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 1.** Nilai T Statistik Model Struktural Penelitian



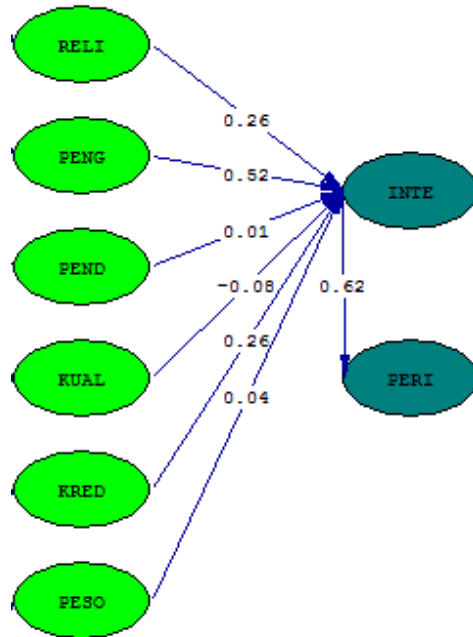
Gambar 1 di atas adalah *path diagram* yang menunjukkan nilai t statistik hubungan antar variabel laten yang dihipotesiskan. Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t statistik untuk pengaruh religiusitas (RELI) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 0,33. Karena  $0,33 < 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis satu ditolak. Hal ini berarti religiusitas tidak signifikan secara positif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
2. Nilai t statistik untuk pengaruh pengetahuan (PENG) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 0,63. Karena  $0,63 < 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis dua ditolak. Hal ini berarti pengetahuan tentang zakat tidak signifikan secara positif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
3. Nilai t statistik untuk pengaruh pendapatan (PEND) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 0,17. Karena  $0,17 < 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis tiga ditolak. Hal ini berarti pendapatan tidak signifikan secara positif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
4. Nilai t statistik untuk pengaruh kualitas layanan (KUAL) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar  $-0,73$ . Karena  $-0,73 > -1,64$  dan nilai t statistik adalah negatif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis empat ditolak. Hal ini berarti kualitas layanan BAZ atau LAZ tidak signifikan secara negatif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
5. Nilai t statistik untuk pengaruh kredibilitas (KRED) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 2,62. Karena  $2,62 > 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis lima diterima. Hal ini berarti kredibilitas BAZ atau LAZ signifikan secara positif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
6. Nilai t statistik untuk pengaruh pengaruh sosial (PESO) terhadap minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 0,77. Karena  $0,77 < 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis enam ditolak. Hal ini berarti pengaruh sosial tidak signifikan secara positif mempengaruhi minat (INTE) membayar zakat di BAZ atau LAZ.
7. Nilai t statistik untuk pengaruh minat (INTE) terhadap perilaku (PERI) membayar zakat di BAZ atau LAZ adalah sebesar 9,12. Karena  $9,12 > 1,64$  dan nilai t statistik adalah positif, maka pada tingkat kepercayaan 95% hipotesis tujuh diterima. Hal ini berarti minat signifikan secara positif mempengaruhi perilaku (PERI) membayar zakat di BAZ atau LAZ.

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang dijelaskan hipotesis tersebut, maka analisis model dilanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu interpretasi dan analisis dari hasil estimasi.

### 3.4.3. Interpretasi dan Analisis Hasil

Setelah membuktikan hipotesis penelitian, maka tahap analisis selanjutnya adalah mencari tahu seberapa besar pengaruh yang ada dalam setiap hipotesis. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *standard loading* hubungan antar variabel laten dalam model struktural. Nilai *standard loading* model struktural penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.** Nilai *Standard Loading* Model Struktural Penelitian

Dari Gambar 4.5 dapat diketahui bahwa variabel yang paling kuat mempengaruhi minat membayar zakat di BAZ atau LAZ (INTE) adalah pengetahuan (PENG) dengan nilai *standard loading* 0,52. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan-pengetahuan dasar mengenai zakat menjadi faktor penting yang mempengaruhi muzakki di Jabodetabek untuk membayar zakat di BAZ atau LAZ. Seseorang yang sudah mengetahui wajibnya zakat bagi orang-orang yang telah memenuhi syarat-syaratnya, dan mengetahui hal-hal dasar lainnya mengenai zakat, maka sudah sewajarnya ia menunaikan zakat.

Variabel kedua yang paling kuat mempengaruhi minat membayar zakat di BAZ atau LAZ (INTE) adalah religiusitas responden (RELI) dan kredibilitas BAZ atau LAZ itu sendiri (KRED). Kedua variabel ini sama-sama memiliki *standard loading* sebesar 0,26. Hal ini menunjukkan bahwa minat seseorang membayar zakat di BAZ atau LAZ juga dipengaruhi oleh religiusitas pembayar zakat dan kredibilitas dari BAZ atau LAZ. Religiusitas dapat mempengaruhi minat seseorang membayar zakat karena semakin religius seseorang maka ia akan semakin semangat menjalankan perintah-perintah-Nya dan menjauhi larangan-larangan-Nya. Membayar zakat adalah salah satu perintah Allah. Di samping religiusitas, kredibilitas dari BAZ atau LAZ juga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zakat di BAZ atau LAZ. Hal ini dirasa wajar, karena jika seseorang merasa tidak percaya atau kurang percaya kepada suatu BAZ atau LAZ, maka ia akan memilih untuk membayar zakatnya ke masjid terdekat untuk kemudian disalurkan kepada para mustahik oleh pengurus masjid, atau ia juga bisa menyalurkannya langsung kepada mustahik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Othman dan Fisol [19] (2017) yang menemukan bahwa religiusitas mempengaruhi minat membayar zakat penghasilan. Penelitian ini mereka lakukan terhadap tenaga pendidik publik di daerah Kedah, Malaysia.

Variabel kualitas layanan memiliki nilai yang unik dibandingkan nilai dari variable lain. Variabel ini memiliki nilai yang negatif, yaitu -0,08. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang negatif dengan minat membayar zakat di BAZ atau LAZ. Nilai yang negatif menunjukkan bahwa seseorang yang telah terbiasa membayar zakatnya di BAZ atau LAZ akan tetap membayar zakatnya di BAZ atau LAZ walaupun kualitas layanan BAZ atau LAZ tersebut menurun. Namun hubungan yang negatif ini tidak berpengaruh secara signifikan.

Di sisi lain, variabel minat membayar zakat di BAZ atau LAZ mempengaruhi variabel perilaku membayar zakat dengan *standard loading* sebesar 0,62. Hal ini menunjukkan bahwa minat cukup kuat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membayar zakat.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari enam variabel dalam penelitian ini, yaitu religiusitas, pengetahuan, pendapatan, kualitas layanan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, hanya variabel kredibilitas yang mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zakat di Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ).
2. Faktor yang mempengaruhi seseorang membayar zakatnya di BAZ atau LAZ adalah kredibilitas BAZ atau LAZ itu sendiri. Salah satu alasan seseorang membayar zakatnya di BAZ atau LAZ adalah karena ia percaya kepada institusi tersebut. Kepercayaan yang telah diberikan oleh para muzakki ini sudah sepatutnya dijaga, bahkan perlu ditingkatkan, agar semakin banyak masyarakat yang percaya kepada BAZ atau LAZ sebagai tempat pembayaran zakat.
3. Intensi atau minat seseorang untuk membayar zakat di BAZ atau LAZ mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap perilaku seseorang dalam membayar zakat di BAZ atau LAZ. Seseorang yang merasa senang jika dapat membayar zakat, merasa mudah untuk membayar zakat, serta merasa menyesal jika tidak dapat membayar zakat, maka ia akan berusaha untuk dapat terus membayar zakat, dan bahkan akan mengajak orang lain untuk turut membayar zakat di BAZ atau LAZ.
4. Variabel minat membayar zakat di BAZ atau LAZ (INTE) mempengaruhi variabel perilaku membayar zakat dengan *standard loading* sebesar 0,62. Hal ini menunjukkan bahwa minat cukup kuat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, BAZ dan LAZ disarankan untuk meningkatkan kredibilitasnya; memberikan laporan kegiatan-kegiatan atau program-programnya kepada masyarakat, khususnya kepada para muzakki, agar kredibilitasnya di mata masyarakat bisa meningkat; dan melakukan edukasi kepada masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan zakat seperti fiqh zakat, manfaat dan pentingnya membayar zakat melalui badan amil zakat atau lembaga amil zakat, dan lain-lain. Sementara pemerintah, khususnya melalui Kementerian Agama, dapat membantu BAZ dan LAZ untuk melakukan edukasi tentang zakat kepada masyarakat. Dalam rangka meningkatkan perolehan dana zakat yang dikumpulkan oleh BAZ dan LAZ, pemerintah dapat membuat regulasi yang bisa memaksa para penunggak zakat agar mau menunaikan kewajiban zakatnya. Untuk akademisi, khususnya untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar ruang lingkup penelitian diperluas, jumlah sampel ditambah, dan jumlah variabel ditingkatkan. Selain itu, cakupan pertanyaan pada variabel religiusitas jangan terbatas pada aspek keyakinan saja, namun juga mencakup aspek ucapan dan perbuatan.

#### Daftar Pustaka

- [1] Firdaus, Muhammad, et al. "Economic Estimation and Determinations of Zakat Potential in Indonesia". Working Paper Series 1433-140. Jeddah: IRTIIDB. 2012
- [2] BAZNAS. (t.thn.). *Profil BAZNAS*. Diambil kembali dari BAZNAS: <http://pusat.baznas.go.id/profil/>

- [3] PEBS FEB UI 2022, Indonesia Shariah Economic Outlook 2023, diunduh dari <https://pebs-febui.org/en/download/iseo-2023-resilience-and-adaptability-of-indonesian-islamic-economy-amidst-uncertainties/>
- [4] Al-Qardhawi, Y. *Manajemen Zakat Profesional*, terj. Jasmin dan Faozan. Solo: Media Insani Press. 2004
- [5] Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, Jakarta: Cakrawala 2009
- [6] Wibisono, Y. *Mengelola Zakat Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group. 2015
- [7] BAZNAS. *Outlook Zakat Indonesia*. Jakarta. 2016
- [8] Abdullah, M., & Sapiei, N. Do religiosity, gender and educational background influence zakat compliance? The case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 45(8), 2018 1250-1264.
- [9] Cokrohadisumarto, W., Zaenudin, Z., Santoso, B., & Sumiati, S. A study of Indonesian community's behaviour in paying zakat. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 2019. 961-976.
- [10] Andam, A., & Osman, A. Determinants of intention to give zakat on employment income. *Journal Of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 2019. 528-545.
- [11] Kasri, R., & Yuniar, A. Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal Of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 2021. 362-379.
- [12] Ayuniyyah, Q. Factors Affecting Zakat Payment Through Institution of Amil: Muzakki's Perspectives Analysis (Case Study of Badan Amil Zakat Nasional). *Jurnal Ekonomi Islam Al Infaq*, 2011. 49-64.
- [13] Jaggia, S., & Kelly, A. *Business Statistics: Communicating with Numbers*. New York: McGraw-Hill/Irwin. 2013
- [14] Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2007
- [15] Wijanto, S. H. *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008
- [16] Hair, J. F., et al. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition)*. Upper Saddle River: Prentice Hall. 2009
- [17] Bin-Nashwan, S., Al-Daihani, M., Abdul-Jabbar, H., & Al-Ttaffi, L. Social solidarity amid the COVID-19 outbreak: fundraising campaigns and donors' attitudes. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2020
- [18] Othman, Y., & Fisol, W. N. Islamic Religiosity, Attitude, and Moral Obligation on Intention of Income Zakat Compliance: Evidence from Public Educators in Kedah. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(2), 2017 726-737.
- [19] Rulian, N. A., Anggraeni, L., & Lubis, D. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Muzaki Dalam Memilih Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Studi Kasus di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bogor. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 2015 20-32.
- [20] Sareye, J. M., & Haji-Othman, Y. The Influence of Attitude, Subjective Norms, and Service Quality on Intention to Pay Business Zakat Among Single Business Owners at Kuala Ketil, Malaysia. *International Journal of Novel Research in Humanity and Social Sciences*, 2017. 100-107.