

PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT DI BAITUL MAL KOTABANDA ACEH

Muhammad Luthfi Irwanda
Nevi Hasnita
Ana Fitria

160603070@student.ar-raniry.ac.id

nevi.hasnita@ar-raniry.ac.id

ana.fitria@ar-raniry.ac.id

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data regresi linier berganda. Data penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner dengan pengolahannya menggunakan SPSS 23. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) dan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Secara simultan pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Pengetahuan, Kepercayaan, Pelayanan, Baitul Mal

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of knowledge, trust, and service on the interest of muzakki to pay zakat at Baitul Mal Banda Aceh. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression data analysis methods. The data of this study uses primary data in the form of questionnaires processed using SPSS 23. Hypothesis testing is carried out using partial tests (t-test) and simultaneous tests (F-test) and a significance level of 5%. The results of the study indicate that partially knowledge and service do not affect the interest of muzakki to pay zakat, while trust has a positive and significant effect on the interest of muzakki to pay zakat. Simultaneously knowledge, trust, and service have a significant effect on the interest of muzakki to pay zakat at Baitul Mal Banda Aceh

Keywords: Knowledge, Trust, Service, Baitul Mal

A. Pendahuluan

Peranan zakat sangat penting dalam membangun sebuah paradigma

pembangunan. Dalam hal ini, zakat sangat menentukan arah sebuah pembangunan masyarakat melihat dalam aspek yang sangat dalam bahwa zakat menjadi acuan proses yang mendatangkan maslahat bagi masyarakat. Zakat menjadi salah satu rukun Islam yang hukumnya wajib bagi setiap muslim merdeka dan memiliki harta kekayaan sampai dengan jumlah tertentu (Nurhayati dan Wasilah, 2015:282). Zakat adalah ibadah maaliyyah ijtima'iyah yang memiliki posisi sangat penting, strategis, dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat.

Demi mewujudkan penegakan kewajiban zakat, pembentukan badan amil atau pihak pengelola zakat sangat penting dalam kehidupan umat Islam. Di Indonesia terdapat lembaga pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian dana zakat, infak dan sedekah yaitu Badan Amil Zakat dari tingkat Nasional (BAZNAS) sampai dengan Badan Amil Zakat tingkat daerah (BAZDA). Selain itu, ada juga lembaga non pemerintah yang diberi nama Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dan juga Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA). Setiap dana zakat, infak, dan sedekah yang berhasil dikumpulkan oleh BAZNAS atau LAZNAS akan disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya yang diharapkan mampu mengurangi tingkat perbedaan pendapatan dalam masyarakat. Sistem pengelolaan zakat di Indonesia di atur dalam Undang-Undang RI No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang di dalamnya mengatur tentang pengelolaan zakat dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan sampai pada tahap pendistribusian dan pendayagunaannya (BAZNAS, 2021).

Pengelolaan zakat secara profesional di sisi lain juga turut berkontribusi menumbuhkan minat masyarakat yang hendak membayar zakat kepada lembaga pengelolazakat. Minat membayar zakat ini merupakan salah satu faktor penting untuk dapat meningkatkan jumlah pengumpulan dana zakat secara lebih optimal. Minat muzakki yang terjaga secara berkesinambungan juga dapat mendorong para muzakki untuk berkomitmen kepada lembaga pengelolaan zakat dan akhirnya memotivasi orang lain untuk berzakat (Hariz dan Mutia, 2018).

Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi zakat paling tinggi di dunia. Zakat merupakan rukun Islam ketiga, di samping mempunyai dimensi vertikal juga mempunyai dimensi horizontal. Zakat adalah sistem keuangan, ekonomi, sosial, politik, moral dan agama sekaligus. Data pengumpulan zakat di Indonesia menunjukkan masih adanya perbedaan yang cukup besar antara potensi dengan realisasi pengumpulan zakat.

Berdasarkan hasil kajian Puskas BAZNAS terkait Indeks Pemetaan potensi zakat, tercatat bahwa pada tahun 2021 perkiraan potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327,6 triliun pertahun. Masyarakat Indonesia memang terbukti sebagai masyarakat dermawan. Hal tersebut tergambarkan melalui penetapan Indonesia sebagai negara paling dermawan menurut World Giving Index 2021. Secara khusus, fenomena serupa juga terjadi pada para muzakki berdasarkan penelitian yang dilakukan Puskas (Pusat Kajian Strategis) pada tahun 2021 di mana

97% muzaki melakukan donasi meski dalam masa pandemi. Akan tetapi meskipun demikian, realisasinya sejauh ini baru mencapai Rp71,4 triliun, sangat jauh jika dibandingkan dengan perkiraan potensi zakatnya. Padahal zakat memiliki banyak manfaat. Manfaat zakat sebagai instrument people to people transfer seharusnya bisamenjadi jalan keluar terbaik untuk mengurangi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi (Puskas, 2021).

Perbedaan potensi zakat dengan realisasinya umumnya terjadi karena pelaporan data zakat dari masing-masing provinsi yang tidak mencapai target. Hal ini dapat dilihat pada salah satu Lembaga Amil Zakat di Aceh, yaitu Baitul Mal Kota Banda Aceh. Nama Baitul Mal Kota Banda Aceh mulai dikenal tahun 2004 sebagai Lembaga Amil Zakat yang di bentuk berdasarkan UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Kemudian lahirnya Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 tanggal 17 Januari 2008 tentang Baitul Mal sebagai turunan dari Undang-Undang Pemerintah Aceh yang mana di dalam pasal 3 ayat 1 menyebutkan bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah lembaga daerah Non struktural yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat independen sesuai dengan ketentuan syariat dan bertanggung jawab kepada gubernur. Dalam pelaksanaannya Baitul Mal Kota Banda Aceh mempunyai Badan pelaksana yang terdiri atas beberapa bidang yaitu: (1) Bidang Pengawasan, (2) Pengumpulan, (3) Pendistribusian dan Pendayagunaan, (4) Sosialisasi, dan (5) Bidang Perwalian. Dalam operasionalnya Baitul Mal Kota Banda Aceh mempunyai unit pengumpul zakat yang selanjutnya disebut UPZ adalah satuan organisasi yang di bentuk oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh dan Kabupaten/Kota dengan tugas mengumpulkan zakat para pembayar zakat (muzakki) pada instansi pemerintah dan lingkungan swasta (Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2021).

Sejak berdirinya hingga saat ini, Baitul Mal Kota Banda Aceh masih mengalami kendala dalam mengoptimalkan penghimpunan zakat. Walaupun telah diperkuat dengan lahirnya Undang-Undang Pemerintah Aceh dan Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2018 tentang Baitul Mal, namun pengumpulan zakat di Aceh masih menunjukkan adanya perbedaan yang cukup besar antara potensi dengan realisasi pengumpulan zakat. Berikut jumlah muzakki dan zakat terhimpun di Baitul Mal Kota Banda Aceh tahun 2015 sampai dengan tahun 2021.

Tabel 1. Jumlah Muzakki dan Zakat Terhimpun di Baitul Mal Kota Banda Aceh Tahun 2015-2021

Tahun	Jumlah Muzakki	Zakat Terhimpun (Rp)	Persentase
2015	2.161	7.312.498.281	
2016	5.421	7.970.836.343	9,00
2017	12.584	11.427.890.281	43,37
2018	15.372	24.014.897.358	110,14
2019	17.891	17.370.837.276	-27,67
2020	19.777	31.654.552.817	82,23
2021	21.938	37.987.765.440	20,01

Sumber: Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2022.

Tabel 1.1 menunjukkan data jumlah muzakki yang terus mengalami

peningkatan sejak tahun 2015 sampai 2021. Bahkan tahun 2018 terjadi peningkatan yang signifikan yaitu 110,14%. Peningkatan jumlah muzakki tersebut diikuti pula dengan meningkatnya jumlah penghimpunan dana zakat. Namun jumlah dana zakat yang terhimpun masih fluktuatif belum mencapai kestabilan setiap tahunnya.

Sebenarnya Baitul Mal sudah cukup baik melaksanakan pengelolaan zakat. Pada tahun 2015 Baitul Mal Kota Banda Aceh meraih penghargaan nasional dari pemerintah Indonesia untuk kategori Manajemen Kelembagaan Zakat terbaik se-Indonesia dan tahun 2018 menjadi BAZNAS provinsi terbaik se-Indonesia. Dua penghargaan tersebut dapat menjadi bukti bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh sudah cukup baik dalam mengelola zakat (Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2021).

Adapun salah satu kendala dalam optimalisasi penghimpunan zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh yaitu rendahnya tingkat kesadaran muzakki untuk membayar zakat (Anggita dan Yuliafitri, 2020). Tingkat kesadaran muzakki ini dapat diartikan sebagai minat muzakki. Minat merupakan kecenderungan, keinginan, dan kegairahan yang tinggi dari seseorang untuk memperoleh suatu objek (Susanto, 2013). Minat muzakki merupakan komponen dari perilaku konsumen untuk menggunakan, kecenderungan untuk bertindak sebelum terlaksananya sebuah keputusan. Di mana minat muzakki dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan (Hamzah, 2021).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*). Pengetahuan masyarakat tentang zakat yang kurang menjadi faktor utama rendahnya perolehan dana zakat, terlebih sebagian besar masyarakat hanya memahami zakat fitrah yang dikeluarkan saat bulan Ramadan saja (BAZNAS, 2021). Paham ini mengakibatkan kesenjangan antara potensi dan realisasi pendapatan zakat.

Kepercayaan menurut istilah adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena belum maksimalnya kepercayaan para muzakki terhadap lembaga pemerintah yang mengelola zakat, menyebabkan kurangnya minat muzakki itu sendiri, sehingga para muzakki lebih senang membayarkan zakatnya secara langsung kepada mustahik (Ahmad, Wahid, dan Mohamad, 2006). Di Aceh pada umumnya banyak muzaki yang membayarkan zakatnya langsung kepada mustahik tanpa melalui lembaga amil zakat, dimana hal ini tentu saja menyebabkan data pembayaran dari muzaki tidak terdata oleh pengelola zakat (Putri, 2021). Sehingga terjadilah perbedaan antara potensi dan realisasi zakat.

Selain itu kurangnya minat muzakki ini tentu tidak terlepas dari pelayanan yang diberikan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh. Pelayanan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pelayanan akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila kegiatan-kegiatan dalam pemasaran jasa tersebut dapat

merebut atau menarik minat nasabah. Kendati demikian sebagian pegawai pemerintah masih ada yang belum maksimal bekerja menjalankan fungsi pelayanan, bahkan masyarakat menilai adanya budaya korupsi pada lembaga pemerintah dalam mengelola dana publik. Permasalahan inilah yang menyebabkan para muzakki memilih menyerahkan zakat secara langsung kepada mustahik ataupun melalui para tokoh agama.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Yuliafitri (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan dan pelayanan amil zakat berpengaruh terhadap minat muzakki, hanya variabel pengetahuan yang tidak memiliki pengaruh terhadap minat muzakki. Sedangkan penelitian serupa dilakukan oleh Hamzah dan Kurniawan (2020) yang menyatakan bahwa semua variabel serupa berpengaruh terhadap minat muzakki. Sehubungan dengan uraian ini maka terdapat gap antara penelitian yang satu dengan yang lain yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merangkum tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat *muzakki* membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

B. Landasan Teori

Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut (Pandji, 2004). Indikator untuk mengukur minat muzakki dalam membayar zakat adalah ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), keyakinan (*conviction*) (Nahdilatul dan Tika, 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*). Indikator untuk mengukur pengetahuan adalah pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian (Sumarwan, 2012).

Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Rouf, 2014). Adapun indikator untuk mengukur kepercayaan adalah keterbukaan, kepercayaan, kejujuran, integritas, akuntabilitas, *sharing*, dan penghargaan (Wibowo, 2006).

Pelayanan secara umum adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan adanya pelayanan ini maka kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010). Pelayanan dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) (Tjiptono, 2015).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono

(2016) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan membagikan kuesioner menggunakan *google form* kepada seluruh muzakki yang membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah muzakki pada tahun 2021 sebanyak 21.938 (Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2022). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Untuk menghitung banyaknya sampel penulis menggunakan rumus slovin, sehingga didapatkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

D. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang berbeda-beda. Adapun karakteristik responden tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Uraian	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	76	76%
	Perempuan	24	24%
Usia	< 20 Tahun	2	2%
	21-40 Tahun	80	80%
	41-60 Tahun	16	16%
	> 60 Tahun	2	2%
Pendidikan Terakhir	SMA	21	21%
	D3 S1	4	4%
	Pasca (S2/S3)	69	69%
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	41	41%
	Pegawai	4	4%
	swasta/Wiraswasta	4	4%
	PNS/TNI/POLRI	1	1%
	Ibu Rumah	2	2%
	Tangga/Pensiunan	3	3%
Lama Penggunaan QRIS	3 Bulan	27	27%
	6 Bulan	17	17%
	< 1 Tahun	23	23%
	> 1 Tahun	33	33%

Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	P1	0,470	0,1966	Valid
	P2	0,810		Valid
	P3	0,784		Valid
	P4	0,670		Valid
	P5	0,714		Valid
	P6	0,691		Valid
	P7	0,664		Valid
	P8	0,539		Valid
	P9	0,614		Valid
Kepercayaan (X2)	K1	0,711	0,1966	Valid
	K2	0,732		Valid
	K3	0,787		Valid
	K4	0,718		Valid
	K5	0,757		Valid
	K6	0,679		Valid
	K7	0,602		Valid
	K8	0,689		Valid
	K9	0,554		Valid
	K10	0,702		Valid
	K11	0,511		Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	S1	0,817	0,1966	Valid
	S2	0,716		Valid
	S3	0,716		Valid
	S4	0,767		Valid
	S5	0,668		Valid
	S6	0,641		Valid
	S7	0,775		Valid
	S8	0,758		Valid
	S9	0,781		Valid
	S10	0,800		Valid
	S11	0,818		Valid
	S12	0,773		Valid
	S13	0,734		Valid
	S14	0,694		Valid
	S15	0,821		Valid
	S16	0,763		Valid
	S17	0,694		Valid

Minat Muzakki (Y)	M1	0,742	0,1966	Valid
	M2	0,774		Valid
	M3	0,736		Valid
	M4	0,771		Valid
	M5	0,724		Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Berikut hasil uji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Pengetahuan	0,842	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,880	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan	0,950	0,60	Reliabel
Minat Muzakki	0,797	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023.

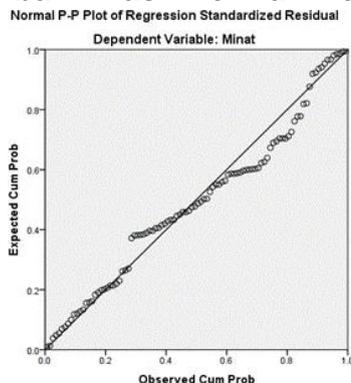
Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal. Adapun hasil pengujian uji normalitas pada penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 1 Hasil Normal Probability Plot



Sumber: Data diolah, 2023.

Gambar 1 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik

mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode glejser.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig
1	(Constant)	0,632
	Pengetahuan	0,846
	Kepercayaan	0,582
	Kualitas Layanan	0,723

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data untuk masing-masing variabel memiliki nilai signifikan yang lebih besar daripadaha 0,05. Artinya data tersebut terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Adapun hasil dari pengujian data tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	0,942	1,061
	Kepercayaan	0,351	2,850
	Kualitas Layanan	0,358	2,791

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, maka didapatkan hasil bahwa seluruh variabel nilai *tolerance* > 0,10 dan seluruh variabel nilai VIF < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebasterhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 7 Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,512	1,883		2,396	0,018
	Pengetahuan	0,052	0,041	0,094	1,286	0,202

Kepercayaan	0,284	0,054	0,628	5,229	0,000
Kualitas Layanan	0,019	0,032	0,073	0,616	0,540

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 7 maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut. $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

$$Y = 4,512 + 0,052 X_1 + 0,284 X_2 + 0,019 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut.

- Nilai konstanta sebesar 4,512 yang berarti apabila variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan bernilai 0 maka variabel minat muzakki akan bernilai 4,512.
- Koefisien pengetahuan sebesar 0,052 yang berarti jika variabel pengetahuan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,052.
- Koefisien kepercayaan sebesar 0,284 yang berarti jika variabel kepercayaan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,284.
- Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,019 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,019.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel dan nilai $sig. < 0,05$. Adapun t tabel dalam penelitian ini dengan nilai $n = 98$ dan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai t tabel sebesar 1,98580. Berdasarkan Tabel 7, penjelasan mengenai hasil uji t pada masing-masing variabel independen sebagai berikut:

- Variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat muzakki. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,286 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,202 > 0,05$ maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.
- Variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat muzakki. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,229 > 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.
- Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat muzakki. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,616 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,540 > 0,05$ maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

2. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-f) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258,375	3	86,125	33,811	0,000
	Residual	244,535	96	2,547		
	Total	502,910	99			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Pengetahuan, Kepercayaan						

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari hasil uji simultan (Uji-F) pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 33,811 dengan nilai sig. 0,000. Hasil signifikan $F_{0,000} < \alpha (0,05)$. Maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat muzakki.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R^2 (*R-Square*) adalah sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,717 a	0,514	0,499	1,596

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0,514, artinya bahwa 51,40% variabel dependen minat muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh mampu dijelaskan oleh variabel independen, yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 48,6% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variable minat muzakki.

Hubungan antara pengetahuan dan minat seharusnya memiliki korelasi yang tinggi, akan tetapi dalam hal membayar zakat, pengetahuan bukan hanya sebatas faktor akan tetapi sebagai kewajiban, karena bagi masyarakat muslim, sudah sepantasnya dan wajib memiliki pengetahuan tentang zakat serta mekanisme pembayarannya. Sehingga, tidak ada masyarakat yang muslim tidak memiliki pengetahuan sama sekali mengenai zakat, maka dari itu korelasi antara hubungan dan minat muzakki tidak berpengaruh, yang artinya semakin tinggi pengetahuan

masyarakat tentang zakat, belum tentu dapat meningkatkan minat membayar zakat, atau sebaliknya, semakin tinggi minat masyarakat membayar zakat belum tentu karena pengetahuannya yang tinggi.

Realita yang terjadi saat ini, zakat bukan lagi merupakan hal awam, yang harus dilakukan sosialisasi menyeluruh. Di Indonesia, ada 3,03 juta orang yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), yang mana tanpa memiliki pengetahuan yang cukup pun mereka akan tetap membayar zakat yang dipotong secara otomatis dari kompensasi yang mereka dapatkan.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa memiliki pengetahuan zakat yang baik saja tidak cukup kuat menumbuhkan minat masyarakat untuk membayarkan zakatnya di lembaga amil zakat. Dengan pengetahuan zakat yang baik, masyarakat tetap dapat menyalurkan zakatnya baik secara langsung kepada mustahik ataupun ke tempat lainnya. Meskipun secara hasil statistik variabel pengetahuan dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh, akan tetapi semua pihak yang terkait seperti pemerintah, lembaga amil zakat, pemuka agama serta masyarakat secara umum harus terus mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuannya tentang zakat serta kesadarannya dalam membayar zakat khususnya membayarkan zakatnya ke lembaga amil zakat seperti Baitul Mal Kota Banda Aceh. Edukasi tentang kewajiban zakat menjadi sebuah keharusan untuk meningkatkan penerimaan zakat. Namun demikian dalam melakukan edukasi tentang zakat tidak hanya menekankan kepada aspek keagamaan. Mukhlis dan Beik menyatakan bahwa kepatuhan seseorang dalam membayar zakat bukan hanya dilandasi oleh faktor keagamaan, keimanan, pemahaman tentang ilmu agama dan juga tentang pahala dan dosa, namun juga tentang kepedulian sosial dan kepuasan diri. Sehingga setiap muzaki seharusnya diberikan edukasi tentang pentingnya membayar zakat dari segi spiritual, ekonomi dan juga tanggungjawab sosial terutama bagi masyarakat yang membutuhkan dalam upaya peningkatan penerimaan dana zakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis & Beik (2013), Anggita dan Yuliafitri (2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($5,229 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dapat diterima. Artinya semakin tinggi kepercayaan muzakki terhadap Baitul Mal Kota Banda Aceh maka dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat.

Kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap relasi, sekaligus berpengaruh pada komitmen (Jagdish N & Banwari, 2004). Dengan

kepercayaan seseorang dapat bersedia mengambil risiko serta merasa lebih aman dalam menjalin hubungan dengan pihak yang dipercayainya. Jika Baitul Mal selaku Lembaga Amil Zakat dapat membuat masyarakat percaya akan kinerjanya, maka minat masyarakat untuk membayar zakat di lembaga amil zakat pun akan meningkat. Kepercayaan yang terus dijaga oleh lembaga amil zakat akan menimbulkan loyalitas masyarakat yang membayarkan zakatnya di Baitul Mal. Hal ini juga menunjukkan bahwa minat muzaki membayar zakat melalui Baitul Mal ditentukan oleh kredibilitas dari Baitul Mal dalam meyakinkan muzaki tentang kinerja mereka sebagai pengelola zakat (Satrio & Siswantoro, 2016).

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap usaha yang dilakukan Baitul Mal dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat telah memberi pengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Baitul Mal. Untuk itu, Baitul Mal perlu menunjukkan kesungguhan dan ketulusan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu, Baitul Mal juga harus memiliki kemampuan dan integritas agar mendapatkan kepercayaan masyarakat serta meningkatkan minat masyarakat untuk menyalurkan zakatnya di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Yuliafitri (2020) dan Alfitriah, dkk (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,616 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar 0,540

$> 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki tidak dapat diterima. Artinya kualitas pelayanan tidak mampu menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat.

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tercapainya kesuksesan dalam beraneka macam aktivitas yang bergerak dalam bidang jasa. Peranannya yang begitu besar untuk mendapatkan pelanggan perlu memperoleh perhatian yang lebih dari Baitul Mal Kota Banda Aceh. Pelayanan berhubungan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan. Jika lembaga amil zakat dapat memberikan pelayanan yang memuaskan batin masyarakat maka minat masyarakat dalam membayarkan zakatnya di Baitul Mal Kota Banda Aceh pun akan semakin besar. Peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan akan menarik minat masyarakat dalam membayar zakat kepada Baitul Mal yang ditandai dengan peningkatan dana zakat yang diterima Baitul Mal. Efisiensi dari kualitas pelayanan dalam mengelola zakat sebenarnya dapat mempengaruhi minat untuk membayar

zakat.

Hasil penelitian ini memiliki makna konotasi yang sama dengan pengetahuan, dimana zakat sudah menjadi kewajiban setiap orang untuk membayar zakat, terlebih bagi masyarakat yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Pembayaran zakat sudah secara otomatis dipotong dari upah bulanan. Sehingga masyarakat tidak perlu ke Lembaga amil zakat seperti Baitul Mal Kota Banda Aceh untuk membayar zakat. Kendati demikian, bagi masyarakat umum, Baitul Mal Kota Banda Aceh memang dirasa sangat membantu dalam menyalurkan zakat, akan tetapi ada faktor lain yang menghambat pelayanan maksimal yang diberikan oleh Baitul Mal sehingga menyebabkan kualitas pelayanan tidak cenderung ditonjolkan sehingga tidak dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2021) dan Hamzah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Hasil uji simultan untuk variabel independen pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan Uji-F tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar α 5% ($\alpha = 0,05$), artinya variabel kualitas pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sehingga dapat diputuskan bahwa hipotesis Ha4 diterima berarti terdapat pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan terhadap minat muzakki.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini sebesar 51,40% maka tidak heran kalau ketiga faktor yang di ajukan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat muzakki. Sedangkan sisanya 48,60% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variable minat muzakki.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis & Beik (2013), Anggita dan Yuliafitri (2020), Darwis (2021) dan Hamzah (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh, terdiri dari 3 variabel

independen dan satu variabel dependen, dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang muzakki. Maka dapat disimpulkan bahwa:

(1) Secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. (2) Secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. (3) Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. (4) Secara simultan pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Kajian tentang Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam meningkatkan minat muzakki sudah cukup banyak ragamnya. Namun baru sedikit riset yang spesifik fokus terhadap korelasi antara pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Umumnya minat muzakki diukur melalui kinerja dan kepuasan, namun penelitian ini menggunakan pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan sebagai indikator yang mengukur minat. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi terbaru tentang pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan Aceh terhadap minat Muzakki Baitul Mal.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada lembaga keuangan syariah lainnya dengan mempertimbangkan variabel pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan sebagai pengukur minat. Selain juga juga dapat menambah variabel lainnya seperti citra perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

Referensi

- 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.
- Anggita, Amelia., dan Yuliafitri, Indri. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat. *ISEI Accounting Review*. 4(1):8-13.
- Baitul Mal Kota Banda Aceh. (2021). Jumlah Muzakki dan Zakat Terhimpun di Baitul Mal Kota Banda Aceh Tahun 2015-2021. Diakses Pada 22 September 2022 Melalui <https://baitulmal.bandaacehkota.go.id/>.
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dewi, Nanda. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Banda Aceh. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Fariza, C., Ayumiati, A., & Muksal, M. (2023). PENGARUH PEMBIAYAAN

MURABAHAH TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA) PADA PT. BANK ACEH SYARIAH. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(1), 39-50.

Gurning, Herfita Rizki Hasanah dan Ritonga, Haroni Doli Hamoraon. (2015). Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat Kecamatan Medan Baru Dalam Membayar Zakat, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, No.7, Vol.3.

Hamzah, Z dan Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Kepercayaan Kepada BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*. 3(1):30- 40.

Jagdish N, S., & Banwari, M. (2004). *Customer Behavior: A Managerial Perspective*. Ohio: Thomson South-Western.

Kasmir. (2014). "*Manajemen Perbankan*". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kurniati, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Membayar Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di LAZIS RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan (Studi Kasus Karyawan RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan). *Skripsi*.

Moenir, H.A.S. (2002). "*Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*". Jakarta: Bumi Aksara.

Mukhlis, A., & Beik, I. S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor. *Al-Muzara'ah*. 1(1).

Muksal, M., Ayumiati, A., & Rahmatika, U. (2023). Peran Zakat Produktif Terhadap Peningkatan Laba Usaha Mustahiq. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, (1), 51-61.

Muksal, M., Ramly, A., Abd Majid, M. S., & Indriani, M. (2020). The Effect Of Needs For Performance, Affiliation, And Domination On The Motivation Of Coastal Women Business In Aceh Province. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 1-12.

Muliadi. (2014). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat pada Dompot Dhuafa Waspada di Kecamatan Medan sunggal. *tesis*.

Namiroh, Nur Madinatul. (2021). Pengaruh Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Kasus Di Lazismu Kabupaten Gresik). *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Nurhasanah. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Laz Yayasan Insan Madani Jambi. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*. 1(2): 111-127.

- Nurhayati, Sri dan Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pakpahan, Dewi Rafiah., dan Fadli, Ahmad. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*. 7(2): 280-294.
- Prahmadita, A. D. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siwa untuk mengikuti Ekstrakurikuler di SMPN 1 Sleman. 9.
- Qardhawi, Y. (2014). *Hukum Zakat*. Jakarta: Mitra Kerjaya Indonesia.
- Rouf, M. A. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. *Skripsi*.
- Sari, E. K. (2016). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: Grasindo.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Susilawati, Mita. (2019). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah. *Skripsi Tidak Dipublikasi*.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.