

**PENGARUH PENDAPATAN MUZAKKI DAN CITRA
LEMBAGA TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Pada Muzakki LAZNAS Yatim Mandiri Cabang
Lampung)**

SKRIPSI

TASYA MONICA

NPM : 1851040216



Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/2023 M**

**PENGARUH PENDAPATAN MUZAKKI DAN CITRA
LEMBAGA TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung)**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam
Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:
TASYA MONICA
NPM : 1851040216**

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

**Pembimbing I : A. Zuliasnyah, S.Si., M.M
Pembimbing II : Dimas Pratomo, M.E**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tidak lepas dari yang namanya saling membutuhkan satu sama lain. Adanya keterkaitan ini, maka zakat merupakan amal sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan yang dapat berkembang sesuai dengan perkembangan ummat manusia. Kepercayaan lembaga zakat sangat berorientasi kepada tingkat kepercayaan para Muzaki, tanpa suatu kepercayaan Muzakki lembaga zakat tidak akan mampu menjalankan tugas sebagai pengelola zakat, sehingga sangat penting untuk Laznas Yatim Mandiri agar selalu dipercayai oleh para Muzakki zakat. Hasil prariset penelitian ini mengemukakan yang menjadi penyebab kurangnya minat muzakki untuk membayar zakat di Laznas Yatim Mandiri Cab. Lampung dipengaruhi beberapa faktor yang menjadikan kurang optimalnya minat zakat yang terkumpul. Salah satunya pendapatan dari lembaga zakat yang masih kurang memenuhi kebutuhan sehingga adanya ke tidak optimalan dalam penerimaan zakat di Unit Pengumpulan Zakat (UPZ). Kebanyakan masyarakat Lampung ini lebih memilih membayar zakatnya langsung kepada mustahiq, tidak melalui lembaga penghimpun zakat tetapi lebih memilih langsung membayar zakat nya kepada mustahiq.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bersifat asosiatif dengan jumlah sampel 87 responden. Penggunaan *face validity* (diskusi dengan ahli) dan *convergent validity* (melihat *factor loading*) ≥ 0.6 sebagai uji validitas. Penggunaan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* > 0.6 sebagai uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan alat statistik *Structuran Equation Modelling (SEM)* berbasis *Partial Least Square* versi 4.

Hasil penelitian menunjukkan pendapatan muzakki berpengaruh negatif terhadap minat membayar zakat, citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat, hasil uji mediasi mendapatkan hasil kepercayaan terbukti memediasi antara pengaruh yang diberikan pendapatan muzakki dan citra lembaga terhadap minat membayar zakat secara *partial mediaton*.

Kata kunci: Pendapatan Muzakki, Citra Lembaga, Minat Membayar Zakat, Kepercayaan.

ABSTRACT

Humans in fulfilling their daily needs cannot be separated from the need for each other. Due to this connection, zakat is a social and humanitarian charity that can develop in accordance with human development. The trust of zakat institutions is very oriented to the level of trust of the Muzakki, without trust the zakat muzakki institution will not be able to carry out its duties as a zakat manager, so it is very important for Laznas Yatim Mandiri to always be trusted by the zakat Muzakki. The results of this research pre-research suggest that this is causing the reduced interest of muzakki to pay zakat at Laznas Yatim Mandiri Cab. Lampung. The level of interest in paying zakat is influenced by several factors which make the interest collected in zakat less than optimal. One of them is that income from zakat institutions still does not meet needs so that zakat receipts in the Zakat Collection Unit (UPZ) are not optimal. Most Lampung people prefer to pay their zakat directly to mustahiq, not through zakat collecting institutions but prefer to pay their zakat directly to mustahiq.

This research uses an associative quantitative method with a sample size of 87 respondents. Use face validity (discussion with experts) and convergent validity (looking at factor loading) ≥ 0.6 as a validity test. Use Cronbanch's Alpha and Composite Reliability values > 0.6 as reliability tests. Hypothesis testing was carried out with the help of the Structural Equation Modeling (SEM) statistical tool based on Partial Least Square version 4.

The research results show that muzakki income has a negative effect on interest in paying zakat, the image of the institution has a significant positive effect on interest in paying zakat, the results of the mediation test show that trust results are proven to mediate between the influence that muzakki income and the image of the institution have on interest in paying zakat in a partial mediaton.

Keywords: *Muzakki Income, Institution Image, Interest in Paying Zakat, Trust.*

SURAT PERNYATAAN

Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Monica
NIM : 1851040216
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh,

Bandar Lampung, 30 Agustus 2023
Penulis,

Tasya Monica
NIM. 1851040216



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 3151 (0721) 7040 30

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH PENDAPATAN MUZAKKI
DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP
MINAT MEMBAYAR ZAKAT DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada LAZNAS
Yatim Mandiri Cabang Lampung)**

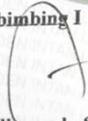
Nama : Tasya Monica
NPM : 1851040216
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

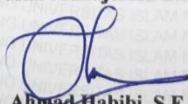
Pembimbing I

Pembimbing II


A.Zuliansyah, S.Si., M.M.
NIP. 19830222 200912 1 003


Dimas Pratomo, M.E..
NIP. 19930528 201801 1 003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah


Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.F.
NIP. 19790514 200312 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 3151 (0721) 7040 30

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. (Studi pada LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung)” disusun oleh Tasya Monica, NPM: 1851040216, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu, 27 September 2023.

TIM PENGUJI

Ketua

: Dr. Nasrudin, M.Ag.

Sekretaris

: Arifa Kurniawan, M.S.A

Penguji I

: Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I

Penguji II

: Dimas Pratomo, M.E..

Mengesahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A.

NIP. 197009262008011008

MOTTO

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ

“(Yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tentram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram.”

(QS. Ar-Ra’d [13]: 28)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dan shalawat kepada Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil penelitian ini kepada:

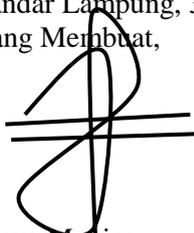
1. Kedua orang tua saya yang selalu menjadi sumber kebahagiaan saya dan selalu menjadi orang yang paling saya sayangi. Ibu saya Rika dan ayah saya Bapak Agus yang mendidik saya untuk selalu meminta ridho Allah SWT dan senantiasa untuk selalu ber-shalawat dalam setiap langkah yang saya ambil serta mendidik saya untuk memiliki daya juang serta selalu mencurahkan kasih sayang yang tiada batas. Terimakasih selalu memberikan yang terbaik. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya.
2. Adik saya Andika dan Lucky yang selalu memberikan dukungan, hiburan dan doa. Terima kasih sudah membantu proses perkuliahan ini hingga akhir.
3. Kedua pembimbing saya Bapak A.Zuliansyah dan Bapak Dimas Pratomo yang bersedia dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing saya, serta selalu memberikan motivasi dan dukungan agar selalu semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat saya Tesya Sawitri yang selalu menemani, menyemangati, menghibur dan memberi pengaruh positif kepada saya.

RIWAYAT HIDUP

Tasya Monica, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 08 Maret 2000, anak kedua dari pasangan Agus dan Rika. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Kedamaian Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2012, SMPN 24 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2015 SMKN I Bandar Lampung selesai dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2018/2019.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 30 Agustus 2023
Yang Membuat,

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a large loop on the right side and a horizontal line crossing it.

Tasya Monica

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji hanya milik Allah *Rabb* semesta alam. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam, kepada keluarga beliau, para sahabat dan orang-orang yang berusaha meniti jejaknya sampai hari akhir.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan program studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan penulis, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

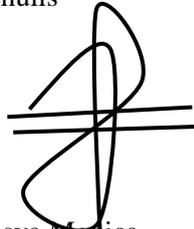
1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt, C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. A.Zuliansyah., S.SI., M.M. selaku Pembimbing Akademik I yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dimas Pratomo, M.E. selaku Pembimbing Akademik II yang dengan ikhlas membimbing dan meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis hingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen selaku guru yang amat sangat berjasa bagi penulis dalam memberikan ilmu, mendidik dan membentuk karakter dengan penuh keikhlasan.
6. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaiannya studi penulis.

7. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak dan Ibu Dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat dengan kebaikan-kebaikan yang berlipat ganda. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan kritik, saran yang membangun sehingga melengkapi tulisan ini dan menjadikannya lebih baik lagi.

Bandar Lampung, 31 Maret 2023

Penulis

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line crossing through the center.

Tasya Mofica
NPM. 1851040216

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Penegasan Judul	1
2. Latar Belakang Masalah	3
3. Identifikasi dan Batasan Masalah	10
4. Rumusan Masalah	11
5. Tujuan Penelitian	11
6. Manfaat Penelitian	12
7. Kajian Penelitian Terdahulu	12
8. Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori yang Digunakan	21
1. Teori Legitimasi	21
2. <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
3. Minat Membayar Zakat	25
a. Pengertian Minat membayar zakat	25
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat	27
c. Indikator Minat membayar zakat	28
d. Minat dalam pandangan Islam	28
4. Zakat	28
a. Pengertian Zakat	28
b. Dasar Hukum Zakat.....	29
c. Jenis Zakat	32
d. Syarat wajib Zakat	33

e.	Penerima Zakat	34
f.	Hikmah dan Tujuan Zakat	35
5.	Pendapatan Muzakki	36
a.	Pengertian Pendapatan	26
b.	Faktor yang mempengaruhi pendapatan	37
c.	Indikator Pendapat	37
6.	Citra Lembaga	39
a.	Pengertian Citra Lembaga	41
b.	Elemen Citra Perusahaan.....	42
c.	Faktor yang mempengaruhi Citra Lembaga	42
d.	Indikator Citra Lembaga.....	43
e.	Citra menurut Perspektif Islam.....	43
7.	Kepercayaan	
a.	Pengertian Citra Lembaga	45
b.	Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan	46
c.	Faktor yang membentuk Kepercayaan	47
d.	Indikator Kepercayaan.....	47
e.	Pandangan dalam Islam mengenai Kepercayaan.....	49
B.	Pengajuan Hipotesis	51
1.	Kerangka Konseptual	51
2.	Hipotesis	51
BAB III	METODE PENELITIAN	57
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	58
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
C.	Sumber Data	58
D.	Populasi dan Sampel	59
E.	Metode Pengumpulan Data	59
F.	Definisi Operasional Variabel	61
G.	Metode Analisis Data	62
1.	Uji Instrumen	65
2.	Uji Hipotesis	65

3. Uji Mediasi	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
A. Hasil Penelitian	69
B. Analisis dan Diskusi	69
C. Uji Instrumen	75
1. Validitas Konvergen	75
2. Uji Reliabilitas	78
D. Uji Hipotesis	79
1. Analisis Regresi Linier Berganda	79
2. <i>R-Square</i> (R^2)	79
E. Uji Mediasi	82
F. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	85
G. Pembahasan	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Liker.....	64
Tabel 3.3 Pedoman Menginterpretasi Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4.1 Jawaban Responden Variabel Pendapatan Muzakki.....	73
Tabel 4.2 Jawaban Responden Variabel Citra Lembaga.....	74
Tabel 4.3 Jawaban Responden Minat Membayar Zakat.....	74
Tabel 4.4 Jawaban Responden Kepercayaan.....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.7 Nilai <i>T-Statistic</i> dan Nilai <i>P-Value</i>	79
Tabel 4.8 Hasil <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	51
Gambar 3.1 Model I pengaruh langsung X1 dan X2 terhadap M	66
Gambar 3.2 Model II pengaruh langsung X1 dan X2 terhadap Y	66
Gambar 4.1 Struktur anggota LAZNAS Yatim Mandiri Lampung.....	70
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Berapa lama Berdonatur.....	72
Gambar 4.6 Analisa Jalur Path	80
Gambar 4.7 Model I pengaruh langsung X1 dan X2 terhadap M...81	
Gambar 4.8 Model II pengaruh langsung X1 dan X2 terhadap Y	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pra Riset	99
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 3 Rekapitulasi Data	100
Lampiran 4 Uji Validitas,Uji Reliabilitas, Analisis Jalur, Uji R Uji Hipotesis, Uji Mediasi	102

BAB I PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Sebelum penulis memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai proposal skripsi ini, terlebih dahulu peneliti akan memberikan penjelasan tentang judul yang diangkat. Judul merupakan sebuah gambaran yang menjadi permasalahan utama pada suatu gejala atau permasalahan dalam suatu penelitian. Penulis mengangkat judul “**Pengaruh Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat, Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Muzakki LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung)**”. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi keliruan pada penafsiran mengenai judul para pembaca. Dalam judul yang sudah penulis angkat ini terdapat beberapa kata yang perlu dijelaskan agar dapat memberikan batasan tentang makna yang dimaksud, diantaranya:

1. Pengaruh

Pengaruh merupakan kekuatan yang ada atau timbul dari sesuatu baik orang, benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang memberikan dampak dari perubahan sifat kepada orang lain.¹

2. Pendapatan

Pendapatan ialah tambahan harga yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat tetap, menunjukkan seluruh jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu bulan).²

¹ Suharso, et al., Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Lux, (Semarang: Widya Karya, 2017), h.369.

² Bernadeta Astami, Skripsi ”Analisis Hubungan Persepsi Tentang Pendapatan dan GayaHidup”,(Yogyakarta:USD, 2010), Hal. 6

3. Muzakki
Muzakki adalah seseorang yang berkewajiban mengeluarkan zakat.³
4. Citra Lembaga
Secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.⁴
5. Minat
Minat adalah sebuah terma yang mempunyai makna dorongan dalam diri manusia yang berkecenderungan untuk berkeinginan pada sebuah objek atau menyukai suatu objek.⁵
6. Zakat
Zakat sebagai salah satu tumpuan dalam meningkatkan daya ekonomi umat Islam merupakan hal yang mutlak. Zakat bagi umat muslim adalah barometer tanda keimanan.⁶
7. Kepercayaan
Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat dalam menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzakki yakin

³ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern: Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), hal. 37

⁴ Firsan Nova, *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 21.

⁵ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah," *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 4, no. 1 (2020), h. 81.

⁶ A. A. bin B Al-Khalafi, *Buku Saku Fiqih Zakat Sesuai Tuntunan Rasulullah* (Bogor: Media Tarbiyah, 2008), h. 15.

lembaga tersebut profesional, amanah, dan transparan. Menumbuhkan tingkat kepercayaan masyarakat.⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, penyelidikan tentang apakah ada pengaruh yang ditimbulkan dengan adanya Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga pada Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat yang dilakukan Muzakki LAZNAS Yatim Mandiri cabang Lampung

B. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tidak lepas dari yang namanya saling membutuhkan satu sama lain. Adanya keterkaitan ini, maka terbentuk sikap saling tolong menolong terhadap sesama. Hal inilah yang disebut sikap kedermawanan sosial yang tujuannya untuk saling melengkapi dengan memberikan bantuan kepada masyarakat lain yang membutuhkan bantuan, hal ini dapat diartikan dengan filantropi. Filantropi atau sikap kedermawanan adalah suatu konsep yang bersifat universal, di mana sifat ini sudah mengakar dalam tradisi agama. Sikap kedermawanan dalam Islam dianggap sangat penting bagi sesama manusia, oleh karena itu Islam mewajibkan bagi umatnya untuk mengeluarkan sebagian harta yang disebut dengan istilah zakat.⁸ Dalam istilah fikih, zakat diartikan sebagai sebagian harta yang wajib dizakatkan kepada orang-orang yang berhak atau kurang mampu atas perintah Allah SWT.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam, dan menjadi salah satu unsur pokok bagi tegaknya syariat Islam. Hukum zakat adalah wajib (fardhu ain) atas setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu. Zakat termasuk dalam kategori ibadah seperti salat, haji, dan puasa yang telah diatur secara rinci berdasarkan Al-Qur'an dan As Sunnah. Zakat juga merupakan amal sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan

⁷ Azis Fathoni Heri Setiawan, Maria Magdalena, Minarsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *Journal Of Management* 2, no. 2 (2016), h. 1-17.

⁸ Ahmad Gaus, *Filantropi dalam Masyarakat Islam* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), 1-3

yang dapat berkembang sesuai dengan perkembangan umat manusia.⁹ Zakat adalah salah satu kewajiban yang harus dikeluarkan oleh setiap orang yang beragama islam. Zakat sendiri tercantum dalam Al-qur'an dan hadits sebagai salah satu perintah wajib selain dari solat dan puasa. Zakat merupakan salah satu pokok ajaran dalam rukun islam yang menjadikannya sebagai ibadah wajib dalam menjalani kehidupan sebagai muslim. Tujuan zakat adalah untuk membersihkan dan memberkahi harta para pembayar zakat (muzaki) dan menolong sesama dengan menyalurkan kepada yang berhak menerima dana zakat tersebut (mustahiq).¹⁰

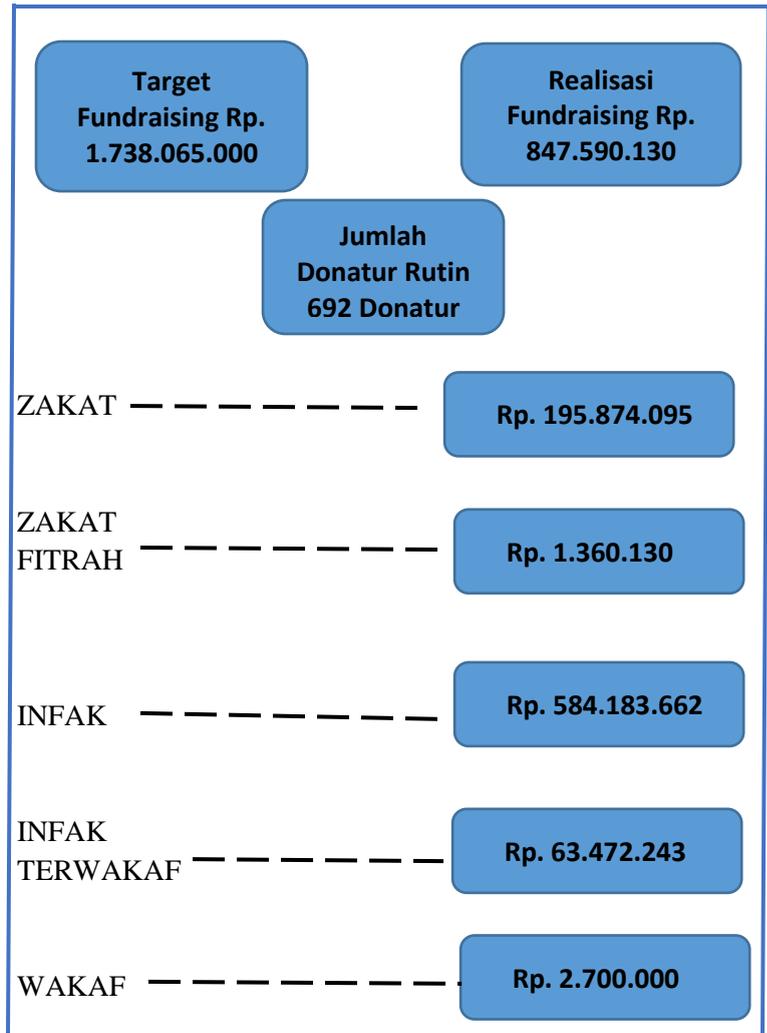
Data statistik zakat nasional menunjukkan bahwa pengumpulan zakat di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Perbandingan pengumpulan zakat di lembaga pengelolaan zakat tahun 2016 mencapai 5.017 triliun rupiah dengan tahun 2017 mencapai 6.224 triliun rupiah, bahwa pengumpulan zakat meningkat hingga 1.45%. Apabila pengumpulan zakat meningkat, berarti dapat dikatakan bahwa minat muzakki untuk membayarkan zakat di lembaga pengelolaan zakat meningkat. Untuk memfasilitasi kemudahan berzakat di indonesia, Terdapat lembaga pemerintah yang memiliki wewenang untuk melakukan pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian zakat kepada penerima yang berhak (Mustahiq), yaitu badan amil zakat dari tingkat nasional (BAZNAS) Sampai tingkat daerah (BAZDA). Selain itu ada pula lembaga amil zakat non pemerintah yang bernama lembaga amil zakat (LAZ) yaitu Lembaga amil zakat nasional (LAZNAS) dan lembaga amil zakat daerah (LAZDA).¹¹

⁹ Mufraeni Arief, Akuntansi Manajemen Zakat, (Jakarta: Predana Media Group, 2006), h.134.

¹⁰ Ika Yunia Fauzia, Prinsip Dasar Ekonomi Islam, 143.

¹¹ Naniyah, Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kota Semarang. IAIN Salatiga. (2019). h. 22

Gambar 1.1
Data Perolehan Laznas Cabang Lampung
Tahun 2022



Sumber Data: Pengelola LAZNAS Yatim Mandiri

Gambar 1.1 menunjukkan total perolehan dana pada Laznas Yatim mandiri yang berzakat masih berfluktuatif pada tahun 2022. Target Fundraising RP. 1.738.065.000 dalam Tahun 2022, sedangkan Laznas hanya mampu menghimpun Realisasi Fundraising Rp.

847.590.130, apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk yang mayoritas muslim dan berpotensi besar. Menurut hasil wawancara pada pihak lembaga bapak rony terkait jumlah pengumpulan zakat di Laznas Cabang Lampung yaitu pada tahun 2021 Laznas Cab.Lampung masih baru dan dalam proses sosialisasi ke muzakki, pada tahun 2022 sudah ada kemajuan namun masih belum luas, karena ada dukungan (*support*) dari Pemerintah Daerah sehingga pada tahun tersebut yang pemasukan zakat paling besar yaitu dari muzakki pegawai, selain itu Laznas Cab.Lampung juga bisa dikatakan masih baru dibanding lembaga zakat yang lainnya yang ada di Lampung. Kebanyakan masyarakat Lampung ini lebih memilih membayar zakatnya langsung kepada mustahiq, karenanya masyarakat Lampung masih mengikuti tradisi lamanya yang membayar zakatnya tidak melalui lembaga penghimpun zakat tetapi lebih memilih langsung membayar zakatnya kepada mustahiq. Sehingga adanya ke tidak optimalan dalam penerimaan zakat di Unit Pengumpulan Zakat (UPZ).¹²

Laznas Yatim Mandiri Cab.Lampung yang menjadi penyebab kurangnya minat muzakki untuk membayar zakat di Laznas Yatim Mandiri Cab.Lampung. Tingkat minat dalam membayar zakat dipengaruhi beberapa faktor yang menjadikan kurang optimalnya minat zakat yang terkumpul. Salah satunya pendapatan dari lembaga zakat yang masih kurang memenuhi kebutuhan serta tidak adanya umpan balik yang seharusnya didapatkan Muzakki. Jika melihat fakta bahwa subjek pajak Muslim yang ada di seluruh Indonesia hampir mencapai angka 90% dari total penduduk dan potensi zakat yang mencapai Rp200 Triliun setiap tahun (data dari

¹² Hasil wawancara pada karyawan Laznas Yatim Mandiri cab.Lampung, bapak Rony pada Oktober 2022

Asian Development Bank).¹³ Apabila potensi pengumpulan zakat dapat tercapai, maka kesejahteraan masyarakat Indonesia akan terpenuhi.

Agama Islam mewajibkan kepada semua muslim atas zakat kekayaan serta pendapatan wajib ditunaikan. Contohnya adalah kewajiban zakat atas pendapatan dari hasil pertanian, hasil barang tambang, dan juga pendapatan dari hasil pekerjaan bebas, termasuk di dalamnya gaji/upah, honorarium dan hasilhasil lain yang diperoleh dari berbagai pekerjaan dan usaha. Bagi seseorang yang pendapatannya telah memenuhi syarat zakat (nis'ab dan ha'ul), maka mereka wajib untuk membayar zakat. Dengan demikian, erat kaitannya bahwa pendapatan yang diperoleh dapat mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan zakat. Dari pendapatan itu apabila hasilnya telah mencapai nis'ab, maka pendapatan tersebut dapat mempengaruhi jumlah zakat yang akan dikeluarkan.

Tingkat pendapatan menjadi salah satu ciri maju atau tidaknya suatu daerah tersebut. Apabila suatu daerah memiliki pendapatan yang relatif rendah, maka bisa dikatakan daerah tersebut memiliki kemajuan dan kesejahteraan yang rendah juga. Begitupun sebaliknya, apabila pendapatan daerah nya tinggi maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah nya juga tinggi.¹⁴

Masfufah mengatakan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap petani dalam membayar zakat hal ini berarti bahwa apabila pendapatan panen seorang petani tinggi maka akan mempengaruhi kepatuhannya dalam menunaikan

¹³ Eka Satrio dan Dodik Siswantoro, "Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat", *Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung, 2016*, 2.

¹⁴ Nasution, M. E. (2006). *Ekonomi Islam*. Gramedia Digital.

kewajibannya membayar zakat pertanian.¹⁵ Penelitian Satrio, Siswantoro menyatakan bahwa faktor pendapatan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat.¹⁶

Faktor yang mempengaruhi minat muzzaki membayar zakat dengan kepercayaan yaitu masih kurangnya kepercayaan muzzaki mengenai keutamaan dalam citra lembaga melalui zakat. Citra Lembaga zakat adalah suatu organisasi yang mendapat amanah atau tanggung jawab dari para muzakki untuk dapat menyalurkan zakat yang mereka bayarkan agar dapat membantu masyarakat yang membutuhkan. Khairani mengemukakan bahwa tanggapan mengenai kesan yang timbul terhadap suatu objek menjadi faktor yang mampu melahirkan suatu minat.¹⁷ Bila seseorang mendapatkan perasaan senang maka dapat memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, begitupun sebaliknya.¹⁸ Tentunya hal ini menjadikan citra yang dimiliki suatu lembaga menjadi salah satu faktor pengaruh minat muzakki membayar Zakat. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Indri Aningsih menyatakan bahwa semakin baik citra dari suatu lembaga, maka akan meningkatkan minat seseorang dalam membayar zakat. Sebaliknya, semakin kurang baik citra dari suatu lembaga dimata sekitar, maka akan mengurangi minat seseorang dalam membayar zakat.¹⁹ Senada juga dengan hasil penelitian Ubay Haki bahwa

¹⁵ Masfufah, Zuhriyati. (2021). Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Petani Membayar Zakat Pertanian. (Disertasi Tidak Dipublikasikan). IAIN Purwokerto.

¹⁶ Eka Satrio dan Dodik Siswantoro, "Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk

¹⁷ Khairani, M. (2017). Psikologi Belajar. Aswaja Pressindo, 152-157.

¹⁸ Abdul Rahman Saleh dan Mahbib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar, Jakarta: Prenada Media, 2004, 264

¹⁹ Indri Aningsih, "Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Membayar Zakat Maal LAZ-UQ Jombang," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2019): 99-109.

citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat terdapat pengaruh yang signifikan.²⁰ Berdasarkan inkonsistensi hasil diatas, maka untuk mendapatkan kepastian pengaruh peneliti merasa penting agar melakukan penelitian lebih jauh mengenai pengaruh citra lembaga terhadap minat membayar zakat.

Tanpa adanya kepercayaan seseorang muzakki tidak akan mau membayarkan zakat dan tidak adanya citra, citra akan muncul karna adanya akibat amanah yang muncul pada LAZNAS Yatim Mandiri. Kepercayaan lembaga zakat sangat berorientasi kepada tingkat kepercayaan para Muzaki. Tanpa suatu kepercayaan Muzakki lembaga zakat tidak akan mampu menjalankan tugas sebagai pengelola zakat, sehingga sangat penting untuk Laznas Yatim Mandiri agar selalu dipercayai oleh para Muzakki zakat. Akibat dari kurang percaya dari masyarakat kepada amil zakat yang telah ada, seperti yang sering terjadi adalah masyarakat menzakatkan harta atau pendapatan mereka ke sanak keluarga terdekat mereka, padahal beberapa kondisi penerima zakat sudah dapat dikatakan telah mampu. Akibat dari kurang percaya dari masyarakat kepada amil zakat yang telah ada, seperti yang sering terjadi adalah masyarakat menzakatkan harta atau pendapatan mereka ke sanak keluarga terdekat mereka, padahal beberapa kondisi penerima zakat sudah dapat dikatakan telah mampu.²¹

Permasalahan-permasalahan yang ada memerlukan adanya terobosan untuk memecahkan ataupun mengkaji lebih lanjut, mengetahui penyebab

²⁰ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah," *SY'AR IQTISHADI* 4, no. 1 (2020): 81–97, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>.

²¹ Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1),1–9.

permasalahan yang terjadi yaitu rendahnya minat berzakat melalui LAZNAS yatim mandiri cabang Lampung. Penelitian ini lebih memfokuskan pada beberapa faktor yang menyebabkan terbentuknya minat membayar zakat di LAZNAS yatim mandiri cabang Lampung. Kondisi yang terjadi saat ini masyarakat kurang berminat membayar zakat ditandai dari pengumpulan yang masih jauh dari potensi yang ada.

Dari fenomena dan research gap tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya research gap dalam penelitian-penelitian di atas yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel pendapatan muzakki dan citra lembaga terhadap minat membayar zakat melalui kepercayaan. Berdasarkan penjelasan dari uraian latar belakang masalah di atas maka hal inilah yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN MUZAKKI DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**. Yang mana tujuannya, selain untuk memperdalam pengetahuan dan ilmu penulis yang sudah penulis peroleh dikelas di mata kuliah manajemen zakat, infak, dan sedekah juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca yang nantinya membaca peneliti ini.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijelaskan dan faktor yang dapat memengaruhi citra lembaga dan pengetahuan, maka perlu pembatasan masalah dalam penelitian ini mengingat keterbatasan waktu serta kemampuan peneliti. Adapun pembatasan masalah yang diteliti di batasi pada faktor citra lembaga dan pengetahuan terhadap minat membayar zakat melalui Laznas Yatim Mandiri dengan

kepercayaan sebagai variabel intervening yaitu sebagai tersebut:

1. Kurangnya minat masyarakat berzakat melalui LAZNAS Yatim Mandiri cabang Lampung.
2. Literasi masyarakat terkait berzakat masih rendah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pendapatan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung?
2. Bagaimana pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung?
3. Bagaimana pengaruh Pendapatan Muzakki terhadap minat membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung?
4. Bagaimana pengaruh Citra Lembaga terhadap minat membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Pendapatan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung.
2. Untuk menganalisis pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung.
3. Untuk menganalisis Pendapatan Muzakki terhadap minat membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung.

4. Untuk menganalisis pengaruh Citra Lembaga terhadap minat membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Muzakki Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung.

F. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Praktis

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan serta wawasan bagi para pembacanya.
2. Diharapkan menjadi tolak ukur dan informasi untuk penelitian selanjutnya.

b) Manfaat Teoritis

1. Dapat memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan, baik bagi menulis sendiri dalam memotivasi masyarakat dalam membayar zakat.
2. Memberikan tambahan literatur serta referensi sebagai sumber informasi untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti permasalahan yang serupa.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa referensi dari penelitian terdahulu sebagai gambaran untuk mempermudah proses penelitian. Penelitian terdahulu yang diambil oleh penulis mengacu pada topik permasalahan yang relevan dan terkait sehingga dapat sejalan dengan proses penelitian yang dilakukan. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

1. Fitriani Aulia Insani (2018), yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan metode Propability Sampling dalam pengambilan sampelnya. Objek yang digunakan pada (BAZNAS) Kota Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra lembaga terhadap minat

muzakki untuk menyalurkan zakat profesi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan statistik t Hitung dari output coefficients adalah 11,565, sedangkan signifikansi 5% (0,05) derajat bebas (df)=N-2=100-2=98 (t Tabel pada df 98 adalah 0,197). Dengan membandingkan t Hitung dengan t Tabel dapat dilihat bahwa $t \text{ Hitung } 11,565 > 0,197$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Dengan ditolaknya H_0 maka hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat muzakki (H_a) diterima. Dan dapat diketahui pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi pada BAZNAS Kota Yogyakarta sebesar 57,3%, sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.²²

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti.

2. Eri Yanti Nasution (2018), yang berjudul “Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Kesadaran Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mendapatkan hasil yang tepat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim kota Medan yang membayar zakat yang terdiri dari 21 kecamatan. Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak (random sampling) dengan menyebarkan kuisioner. Objek yang digunakan pada Baznas kota Medan. Hasil

²² 23 Fitriani Aulia Insani, “Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, 2018

penelitian ini menunjukkan bahwa dari uji statistik yang dilakukan dapat dijelaskan bahwa faktor yang paling mempengaruhi masyarakat kota Medan untuk membayar zakat kepada BAZNAS adalah pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan meningkatkan kemungkinan untuk membayar zakat kepada BAZNAS.²³

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti. Penelitian ini juga bertujuan untuk melengkapi atau menyempurnakan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel mediasi/intervening.

3. Risalatul Muawanah (2019), yang berjudul “Pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat donatur membayar zis (zakat, infaq, shadaqah) di lembaga amil zakat uummul quro (laz-uq) jombang”. Objek yang digunakan pada penelitian ini pada LAZ Uummul Quro Jombang. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan citra lembaga, baik secara parsial maupun simultan terhadap minat donatur membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah). Hasil penelitian ini mengemukakan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan t-hitung sebesar $4.479 > t\text{-tabel } 1.665$ dan tingkat signifikansinya $0,000$. (2) variabel citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan nilai t-hitung sebesar $3.122 > t\text{-tabel } 1.665$ dan tingkat signifikansinya $0,000$. (3) variabel kepercayaan

²³ Eri Yanti Nasution, “Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Kesadaran Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Volume 17, Nomor 2 (2018), 156.

dan citra lembaga, secara simultan berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan nilai F hitung sebesar $43.293 >$ nilai F tabel 0.312 dan tingkat signifikansinya 0,000.²⁴

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti.

4. Indri Kartika (2020), yang berjudul “Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening”. Objek yang digunakan Muzakki di BAZNAS Salatiga. Jenis penelitian ini adalah penelitian kombinasi (mixed methods) antara diskripsi kuantitatif dan diskripsi kualitatif. Sampel penelitian ini adalah 202 muzakki yang membayarkan zakat melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Salatiga pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap minat membayar zakat di di BAZNAS Salatiga. Dari penelitian yang diperoleh bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Salatiga, dilihat dari nilai signifikan sebesar $0.00 < 0.05$, maka diterima. Berdasarkan hasil sobel test, menunjukkan bahwa pendapatan memberikan nilai thitung $4.161 >$ dari ttabel 1.660, berarti ada pengaruh mediasi. Bahwasanya pendapatan berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui kesadaran sebagai variabel intervening ada pengaruh mediasi, maka diterima.²⁵

²⁴ Risalatul Muawanah, “Pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat donatur membayar zis (zakat, infaq, shadaqah) di lembaga amil zakat uummul quro (laz-uw) jombang”, *Jurnal of Busines and Innovation Management Volume 1 Nomor 2, 2019, Hal 111-127*

²⁵ Indri Kartika, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti. Metode yang digunakan peneliti adalah kuantitatif.

5. Intan Suri Mahardika Pertiwi (2020), yang berjudul “Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung”. Objek penelitian ini pada BAZNAS Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebesar 100 orang. Metode pengumpulan data dengan kuisioner sedangkan metode analisis dengan analisis regresi berganda dengan Software SPSS versi 20. Hasil Penelitian menunjukkan Pendapatan dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS sedangkan pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, dimana variabel minat lebih banyak dipengaruhi oleh variabel tingkat kepercayaan dengan nilai 6,46 dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya.²⁶

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel

Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga)” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(01), 2020, 42-52

²⁶ Intan Suri Mahardika Pertiwi, “Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung”, *Jurnal ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol.8, No.01, 2020. Hal 1-9*

dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti.

6. Nabila Akhiris Rakhmania (2020), yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki Mengeluarkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang”. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *incidental sampling*. Objek yang digunakan pada LAZ di kota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara sebagian Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif, dan Pengaruh Pengetahuan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Malang.²⁷

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

7. Nanik Setyo Utami (2021), yang berjudul “Analisis tingkat pendapatan, kepercayaan, dan reputasi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat dengan religiusitas sebagai variabel moderating (studi kasus baznas kota Yogyakarta)”. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner menggunakan *purposive sampling*. Objek yang digunakan pada BAZNAS Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini mengemukakan Tingkat Pendapatan

²⁷ Nabila Akhiris Rakhmania, “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki Mengeluarkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang”, *Jurnal al-Muzara'ah, Vol. I, (No. 1): (83-106)*.

dan Reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Muzakki dalam membayar zakat (Y), Sedangkan Kepercayaan dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Muzakki dalam membayar zakat (Y). Dalam uji MRA menyatakan bahwa Religiusitas tidak memoderasi Tingkat pendapatan, kepercayaan dan reputasi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat (Y).²⁸

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

8. Nuris Tishwanah dan Fitri Nur Latifah (2023), yang berjudul “Analisis Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Ditinjau dari Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga”. Jenis penelitian ini menggunakan yaitu penelitian kuantitatif. Objek yang digunakan BAZNAS Kabupaten Sidoarjo. Dari penelitian ini diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap minat muzakki untuk membayar zakat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,193 \geq 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis pertama ditolak. Yang berarti tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat. Sedangkan pada analisis data pada variabel citra lembaga menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ yang memiliki arti bahwa citra

²⁸ Nanik Setyo Utami, “Analisis tingkat pendapatan, kepercayaan, dan reputasi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat dengan religiusitas sebagai variabel moderating (studi kasus baznas kota Yogyakarta)”, *IQTISHODUNA Vol. 17(1), 2021 P-ISSN: 1829-524X, E-ISSN: 2614-3437*

lembaga berpengaruh terhadap minat muzakki untuk membayar zakat.²⁹

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan pendapatan muzakki dan citra lembaga sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap minat membayar zakat sebagai variabel dependen. Muzakki Laznas Yatim Mandiri cabang Lampung sebagai objek peneliti.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa adanya perbedaan dan variasi variabel pada penelitian sebelumnya dijadikan sebagai alasan penulis guna melaksanakan pengamatan ulang untuk mendapatkan perolehan yang berbeda dan terbaru.

Atas dasar rujukan penelitian diatas yang dijadikan sebagai bahan acuan dan pembanding serta penguat penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pendapatan Muzakki Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan adalah jumlah variabel independen yang diteliti, objek penelitian serta disempurnakan dengan variabel Intervening. Penulis menggunakan variabel x yang berbeda yaitu Pendapatan Muzakki dan Citra Lembaga dengan menggunakan variabel Minat Membayar Zakat sebagai variabel y, dan menambahkan Kepercayaan sebagai variabel Intervening, metode pada penelitian serta objek penelitian yang dilakukan penulis adalah Muzakki pada Laznas Yatim Mandiri Cabang Lampung.

²⁹ Nuris Tishwanah dan Fitri Nur Latifah, “Analisis Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Ditinjau dari Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1466–73, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8449>.

H. Sistematis Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar mudah untuk dipahami. Penyusunan skripsi ini terbagi dalam beberapa tahap yang berupa bab dengan masing-masing bab memiliki alur yang saling berkaitan. Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan Pendapatan, Citra Lembaga, Minat dan Kepercayaan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan uraian tentang metode penelitian yang digunakan yang meliputi jenis dan sifat, waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan dan analisis data serta uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang pengujian hipotesis yang diajukan oleh penulis serta pembahasan mengenai hasil penelitian dan analisis dengan alat uji yang telah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan serta rekomendasi yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Teori yang Digunakan

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sebuah teori yang menyatakan suatu organisasi atau perusahaan secara berkelanjutan harus memastikan bahwa aktivitas usaha mereka telah beroperasi sesuai dengan norma-norma yang dijunjung oleh masyarakat dan aktivitas tersebut dapat diterima oleh pihak luar. Teori ini merupakan teori yang dijadikan sebagai dasar insentif entitas yang dengan sukarela mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Teori legitimasi menunjukkan pula bahwa setiap perusahaan yang ingin kelangsungan hidupnya terjamin, maka mereka harus mengungkapkan aktivitas sosialnya agar dapat lebih diterima oleh masyarakat. Menurut Deegan teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara continue berusaha untuk bertindak sesuai dengan batasan-batasan dan norma-norma dalam masyarakat. Legitimasi akan diperoleh perusahaan jika apa yang dilakukan perusahaan selaras dengan apa yang dikehendaki oleh masyarakat.³⁰

Teori legitimasi berlandaskan atas “kontrak sosial” yang terjalin antara perusahaan dengan masyarakat yang berada di daerah perusahaan tersebut beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Masyarakat yang berada di daerah sekitar perusahaan memiliki hak untuk diperhatikan norma-norma sosialnya. Salah satu bentuk legitimasi bagi perusahaan di pandangan masyarakat ialah dengan pengungkapan informasi lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Selanjutnya, masyarakat ini akan melakukan penilaian atas aktivitas perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, yang

³⁰ Ng Et Al., “Filantropi Sebagai Prediktor Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan,” (Vol. 4 No. 2 Tahun 2021) 30-31.

selanjutnya akan berpengaruh pada legitimasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepedulian atas norma-norma sosial masyarakat akan menyebabkan semakin terlegitimasi perusahaan. Lingkungan masyarakat dapat memberikan penilaian atas kegiatan yang dijalankan oleh suatu perusahaan sehingga kegiatan tersebut harus sesuai dengan harapan masyarakat. Apabila tidak terdapat keselarasan antara perusahaan dengan nilai dan aturan yang telah berlaku dalam masyarakat maka yang terjadi pada perusahaan adalah hilangnya kepercayaan publik yang dapat memberikan ancaman pada kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan dari teori legitimasi, peneliti menggunakan Pendapatan Muzzaki dan Citra Lembaga Zakat yang dijadikan sebagai variabel bebas dan Minat Membayar Zakat digunakan sebagai variabel terikat serta Kepercayaan yang dijadikan variabel intervening.

Dapat disimpulkan teori legitimasi ini mengungkapkan bahwa dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan memiliki kewajiban untuk menghormati dan dimana perusahaan tersebut beroperasi guna mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Hal tersebut akan mempengaruhi citra perusahaan, citra perusahaan yang positif akan mendorong minat beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkannya sehingga angka penjualan pun dapat meningkat yang berarti juga mempengaruhi potensi perusahaan dalam mendapatkan laba. Citra perusahaan yang baik dan telah terlegitimasi pula akan diyakini oleh para stakeholder bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dan bertanggung jawab kepada masyarakat atas laporan tahunan yang dilaporkannya. Kemudian hal tersebut juga menunjukkan transparansi perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan laba yang akan diperoleh perusahaan dan sebagai upaya dalam menjaga legitimasi perusahaan.

2. *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan kelanjutan atau perpanjangan dari *theory of reasoned action* (TRA). Sama halnya *Theory of Reasoned Action*, faktor utama yang melatar belakangi terbentuknya dasar TPB adalah niat individu untuk melakukan suatu tindakan. Niat diasumsikan mampu menangkap motivasi sehingga akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. TPB mengemukakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau kepercayaan yang relevan dengan perilaku tersebut. Kepercayaan yang ditonjolkan tersebut yang dianggap sebagai penentu utama timbulnya minat dan perilaku seseorang. Terdapat tiga jenis kepercayaan yang menonjol:³¹

a. Sikap (*attitude*) yang dianggap mempengaruhi perilaku

Sikap berkembang dari kepercayaan (*beliefs*) seseorang yang diminati baik yang disenangi atau tidak disenangi tentang suatu objek tertentu. Pembentukan kepercayaan mengenai objek dapat dilalui dengan menghubungkan karakteristik, sifat tertentu atau yang lainnya. Hasil penilaian yang dilakukan dari sifat-sifat tersebut baik positif atau negatif akan berpengaruh terhadap kehendak untuk melakukan perbuatan tertentu.

b. Kepercayaan normatif yang merupakan penentu dasar norma subjektif (*subjective norm*)

Norma subjektif juga dapat diartikan sebagai desakan sosial dari masyarakat dalam memberikan suatu rujukan kepada individu sehingga mampu termotivasi terhadap suatu perilaku. Desakan sosial timbul dari

³¹ Doll, J., & Ajzen, I. (1992). *Accessibility and Stability of Predictors in the Theory of Planned Behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(5), 754–765.

orang terdekat seperti keluarga, kerabat, dan pasangan hidup.³²

- c. Mengendalikan kepercayaan yang memberikan dasar untuk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*)

Kontrol perilaku dianggap sebagai variabel luar (eksogen), memiliki efek secara langsung dan efek tidak langsung pada perilaku yang melalui minat. Efek tidak langsung tersebut tergambar ketika seseorang telah memiliki kendali dalam mengontrol perilaku yang rendah, maka minat untuk melakukan perilaku juga rendah, walaupun memiliki sikap dan norma-norma subjektif yang baik terhadap perilaku.³³

3. Tujuan dan Manfaat Teori Perilaku Terencana

Ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini, antara lain adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasi terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia seperti mengapa seseorang membeli mobil baru, mengapa tidak masuk kerja. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. *Theory Of Planned Behavior* memperhitungkan bahwa semua perilaku tidaklah dibawah kendali dan sepenuhnya diluar kendali. Sebenarnya perilaku tersebut berada pada suatu titik dalam suatu kontinum dari

³² Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). *Theory of Planned Behavior* Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043.

³³ Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). *A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action*. In *Personality and Social Psychology Bulletin* (Vol. 18, Issue 1, 3–9

semulanya di bawah kendali menjadi tidak terkendali. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor internal antara lain keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stress, dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, Ajzen memodifikasi TRA dengan menambahkan anteseden intensi yang ketiga disebut *perceived behavioral control* (PBC). Dengan tambahan anteseden ketiga tersebut, ia menamai ulang teorinya menjadi *Theory Of Planned Behavior* (TPB).³⁴

4. Minat Membayar Zakat

a. Pengertian Minat Membayar Zakat

Minat suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, pendirian, harapan yang mengarah kepada suatu pilihan.³⁵ Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.³⁶ Secara etimologi pengertian minat adalah untuk perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Minat berarti kecenderungan hati terhadap sesuatu. Crow dan Crow dalam Pujiastuti et al berpendapat bahwa minat berkaitan dengan daya gerak yang mendorong

³⁴ Alfeus Manuntung, Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi, 8

³⁵ Mappiare, A. (1982). Psikologi Remaja. Usaha Nasional, 15.

³⁶ Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 21-24.

³⁷ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), 32.

seseorang untuk tertarik pada orang lain, benda, maupun aktivitas. Minat diartikan perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.³⁸ Faktor yang menyebabkan timbulnya minat menurut Crow and Crow menyatakan sebagai berikut:

1) Dorongan individu

Seperti dorongan untuk memenuhi kebutuhan makan, bekerja. Seseorang yang telah mengetahui tentang kewajiban membayar zakat akan meningkatkan minat atau komitmen membayar zakat.

2) Motif sosial

Motif sosial contohnya minat dalam hal berpakaian, di mana dalam berpakaian pastinya seseorang menginginkan adanya persetujuan, perhatian, penerimaan dari orang lain sesuai dengan budaya sosial. Minat tersebut bertujuan untuk mendapatkan penghargaan dari orang lain. Berasal dari dorongan sosial seperti keluarga, teman yang berada dilingkungan dalam berzakat maka akan mendorong peningkatan minat seseorang membayar zakat.

3) Faktor emosional

Hubungan antara minat dengan emosi adalah sangat erat seperti ketika seorang mendapatkan kesuksesan sehingga menimbulkan perasaan bahagia. Hal tersebut akan menumbuhkan seseorang berminat untuk melakukan kewajiban membayar zakat. Maka minat yang meningkat pada sesuatu menjadi modal penting dalam meningkatkan semangat seseorang dalam mengambil tindakan, dalam hal ini adalah membayar zakat.

³⁸ Crow, L., & Crow, A. (1989). Psikologi Pendidikan. Nur Cahaya, 45.

Secara sederhana minat dapat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut disertai perasaan senang.³⁹

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah:⁴⁰

- 1) Motif atau sesuatu yang mendorong seseorang agar melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai sebuah tujuan yang berasal dari diri sendiri.
- 2) Sikap menyangkut kecenderungan untuk menerima atau menolak objek yang sifatnya baik atau buruk.
- 3) Pengalaman yang merupakan proses mempelajari atau mengenal lingkungan fisik yang nyata baik mengenali dirinya sendiri, orang lain maupun lingkungan sekitar dengan memanfaatkan indra yang dimiliki.
- 4) Tanggapan mengenai kesan yang timbul setelah individu melakukan observasi terhadap suatu objek.
- 5) Persepsi pandangan yang lahir dari proses identifikasi suatu objek.

Dengan minat, seseorang akan menjadi terdorong untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Seperti contoh ketika seseorang mempunyai minat untuk belajar hal baru, saat belajar hal tersebut secara otomatis ia akan lebih mudah mengingat pelajaran tersebut, berbeda ketika seseorang

³⁹ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 3.

⁴⁰ Khairani, M. (2017). Psikologi Belajar. Aswaja Pressindo, 152-157.

belajar tanpa disertai minat untuk paham saja akan terasa sulit.

c. Indikator Minat Membayar Zakat

Indikator-indikator minat membayar zakat meliputi:

41

- 1) Ketertarikan yang terbukti dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan gembira.
- 2) Keinginan yang dapat dirasakan dengan perasaan ingin memiliki atau melakukan sesuatu.
- 3) Keyakinan bersamaan dengan rasa percaya diri seseorang terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan yang akan didapat

d. Minat dalam pandangan Islam

Minat dalam pandangan Islam yaitu Al-Quran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.⁴²

5. Zakat

a. Pengertian Zakat

Pengertian zakat secara bahasa adalah berkembang, suci, berkah, tumbuh dan baik. istilah dari para fuqoha, zakat merupakan penunaian hak yang bersifat wajib terdapat dalam harta, dan secara khusus diberikan kepada asnaf yang berhak menerima. Pengertian di atas zakat terdapat menambah keberkahan, kesucian dari harta yang kita

⁴¹ Mandasari, K. (2011). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli, 17.

⁴²Komarudin, Kamus Perbankan, (Jakarta: Grafindo, 1994), 94

memiliki sehingga jauh dari kemaslahatan.⁴³ Zakat (Zakah) secara bahasa bermakna “mensucikan”, “tumbuh” atau “berkembang”. Menurut istilah syara’, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik)sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan syarat Islam. Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam yang lima dan hukum pelaksanaannya adalah wajib zakat terbagi dua jenis yaitu zakat jiwa (zakah alfithr) dan zakat harta (zakah al-mal).

b. Dasar Hukum Zakat

1) Dalam Al-Qur’an

Dalam Al-Qur’an terdapat banyak ayat yang menjelaskan tentang kewajiban berzakat, antara lain: Kata zakat dalam banyak definisi disebutkan 30 kali dalam Al-Qur’an, dua puluh tujuh diantaranya disebutkan bersama dalam satu ayat bersama salat atau Allah menyebutkan kewajiban mendirikan shalat beriringan dengan kewajiban menunaikan zakat. Selain kata zakat, di dalam Al-Qur’an zakat disebut juga dengan nama: Infaq, Shaqadah, Haq atau Afuw.

a) Kata atau sebutan Infaq, dijelaskan dalam surat al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ
تُنْفِقُونَ ۗ وَأَنْتُمْ بِأَخْذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۖ ٢٦٧

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang

⁴³ Al-Zuhayly, W. (2008). Kajian Berbagai Mazhab. PT. Rosdakarya, 31.

baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang burukburuk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

- b) Kata atau sebutan Zakat tercantum dalam surat al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا
مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

”Dan dirikanlah salat, tunaikanlah zakat dan rukuklah bersama orang-orang yang rukuk.”

- c) Kata atau sebutan Zakat tercantum juga dalam surat At-taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ
عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.

- d) Kata atau sebutan Haq, tertera dalam surat al-An'am ayat 141:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ
وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُمُ وَالزَّيْتُونَ وَالرِّمَّانَ
مُتَشَبِهًا وَغَيْرَ مُتَشَبِهَةٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا
حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُشْرَفِينَ ١٤١

Artinya:

“... dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”.

- e) Kata atau sebutan Shaqadah, dijelaskan dalam surat at-Taubah ayat 60:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ
عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ
وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ
وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ٦٠ ﴾

Artinya:

Sesungguhnya shaqadah (zakat-zakat) itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.

- 2) Dalam Hadist

Dalam sebuah hadis dijelaskan bahwa ketika Nabi SAW ditanya tentang apakah itu Islam, Nabi menjawab bahwa Islam itu ditegakkan pada lima pilar utama, sebagaimana bunyi hadis berikut ini: "Ketika Nabi SAW ditanya apakah itu Islam? Nabi menjawab: Islam adalah mengikrarkan bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah RasulNya, mendirikan salat, membayar zakat, berpuasa pada bulan Ramadhan

dan naik haji bagi yang mampu melaksanakannya. (Hadis Muttafaq 'alaih).

3) Dalam Hukum Nasional

Penunaian zakat bagi umat Islam Indonesia telah lama dilaksanakan sebagai dorongan pengalaman dan penyempurnaan ajaran agamanya, walaupun pelaksanaan dan pemberdayaannya masih bersifat tradisional, akan tetapi lambat laun dalam perkembangannya mulai disadari bahwa jumlah umat Islam mayoritas sebenarnya zakat merupakan sumber dana potensial namun belum dimanfaatkan dan dikelola secara baik, terpadu dan optimal dalam rangka meningkatkan kesejahteraan umat. Karena itu, dalam proses perjalanan sejarah, maka pada tanggal 23 September 1999 Bangsa Indonesia telah memiliki hukum berupa Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, yang pelaksanaan dan pedoman teknis diatur dalam Keputusan Menteri Agama Nomor 581 Tahun 1999 yang telah disempurnakan dengan keputusan Menteri Agama No. 373 tahun 2003 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Nomor D-29 Tahun 2000. Dalam Perkembangannya UndangUndang Zakat disempurnakan lagi yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.⁴⁴

c. Jenis Zakat

Zakat dibagi menjadi 2 jenis :⁴⁵

1) Zakat Fitrah

⁴⁴ Akbar, W., & Tarantang, J. (2018). Manajemen Zakat (N. N. H (ed.); Ahmad Dakh). K. Media, 81

⁴⁵ Fatoni, N. (2015). Fikih Zakat Indonesia. CV Karya Abadi, 212.

Zakat fitrah adalah zakat yang dikeluarkan ketika masuk puasa di bulan Ramadhan sampai sebelum pelaksanaan salat Idul Fitri.

2) Zakat Harta

Zakat harta adalah zakat yang bersangkutan dengan harta tertentu dengan syarat yang telah ditentukan. Macammacam zakat harta adalah zakat pertanian, zakat peternakan, zakat emas dan perak serta, zakat tambang, zakat perniagaan, zakat profesi yang saat ini sedang marak dilakukan. Zakat maal terdapat aturan dalam penentuan minimal harta yang dikenai kewajiban berzakat yang disebut Nisab. Zakat profesi dianggap baru maka nisabnya mengikuti nisab harta lainya yaitu nisab emas dan perak atau zakat pertanian. Pengertian dari zakat profesi adalah kewajiban atas suatu pendapatan yang diperoleh dari profesi atau pekerjaan. Pendapatan dari gaji, honor, atau upah yang telah mencapai nisab dan haul.⁴⁶

d. Syarat Wajib Zakat

Ada beberapa syarat zakat yang dibebankan pada harta kekayaan seorang muslim:⁴⁷

- 1) Kekayaan dimiliki sepenuhnya (Al-milk al-tam)
Harta haruslah dimiliki sepenuhnya dari si pemilik sehingga memiliki kekuasaan atas harta tersebut. Baik kekuasaan manfaat atau kekuasaan menikmati hasilnya. Harta didapat secara halal, tidak diperbolehkan berzakat dari harta yang diperoleh secara haram.

⁴⁶ Qarhawi, Y. (1991). Hukum Zakat Studi Komperatif Mengenai Status Filsafat Zakat Berdasarkan Quran dan Hadist (2nd ed.). Litera Antar Nusa, 5.

⁴⁷ Sari, E. K. (2006). Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf (A. Bakar & Wibowo (eds.); Smaryo). Grasinndo,79.

- 2) Berkembang (an-namaa') Harta berkembang baik secara sunatullah dan ditambah dengan usaha pemilikinya. Berkembang di sini berarti bahwa harta dapat memberikan keuntungan atau pendapatan.
- 3) Melebihi kebutuhan pokok Kebutuhan pokok merupakan sesuatu yang harus dipenuhi oleh setiap orang, seperti pakaian, makanan, rumah. Berzakat dibolehkan apabila harta telah melebihi kebutuhan pokok.
- 4) Bebas dari utang (sisa utang) Zakat hanya diwajibkan bagi mereka yang berkecukupan atau harta yang dimiliki. Bagi mereka yang memiliki utang kepada Allah (wasiat, nazar) atau utang kepada manusia tidak diharuskan untuk berzakat.
- 5) Mencapai nisab Nisab artinya telah mencapai jumlah tertentu sesuai ketentuan syariah, apabila belum memenuhi nisab maka terbebas dari zakat tetapi diutamakan untuk berinfak.
- 6) Berlaku satu tahun (Al haul) Haul adalah telah mencapai waktu pengeluaran zakat. Waktu haul adalah 12 bulan atau setiap sekali dalam panen. Syarat satu haul satu tahun berlaku bagi ternak, emas, perak, harta benda yang diperdagangkan, sedangkan mengenai satu kali panen seperti hasil pertanian, harta temuan (Rikaz).

e. Penerima Zakat

Terdapat 8 kelompok yang secara khusus berhak menerima zakat, sebagai berikut:

- 1) Fakir seseorang yang tidak bekerja dan tidak dapat mencukupi kebutuhan.
- 2) Miskin adalah seseorang yang telah bekerja tetapi pendapatnya belum dapat mencukupi kebutuhan hidupnya.

- 3) Amil merupakan orang yang mengurus zakat dari pengumpulan, penghitungan, pendistribusian serta pengelolaan secara keseluruhan.
- 4) Muallaf orang yang baru terbujuk hatinya memeluk agama Islam sehingga hatinya dapat terluluhkan dalam menerima kebenaran agama Islam.
- 5) Riqab (budak) orang yang masih terbelenggu dari majikannya.
- 6) Gharim adalah orang yang terlilit utang atau jaminan utang tetapi mengalami kesulitan untuk membayarnya.
- 7) Fi Sabilillah merupakan orang yang berjuang untuk kemaslahatan umat Islam.
- 8) Ibnu Sabil merupakan orang yang sedang mengalami kesusahan dalam kondisi melakukan perjalanan untuk bertujuan kebaikan. Mereka diberikan zakat secukupnya sesuai kebutuhan dalam menuju tujuan.

f. Hikmah dan Tujuan Zakat

- 1) Sebagai wujud nyata keimanan seseorang kepada Allah. Meningkatkan akhlak mulia dengan cara menumbuhkan kepedulian terhadap sesama manusia, menghapus sifat rakus, kikir dan materialistis sehingga dapat menciptakan ketenangan hidup, membersihkan serta dapat menumbuhkan harta itu sendiri.
- 2) Sebagai hak mustahik untuk diberikan sehingga dapat membantu dan membina terutama fakir dan miskin.
- 3) Menjadi pilar amal antara orang yang memiliki harta yang lebih untuk digunakan berjuang di jalan Allah
- 4) Menjadi salah satu sumber dari pelaksanaan pembangunan yang dimiliki umat muslim.

- 5) Memahami kepada masyarakat untuk memiliki etik bisnis yang baik. Salah satunya dengan cara mengeluarkan sebagian dari hak orang lain.
- 6) Salah satu instrumen pengaman sosial yang terintegritas dari program pengentasan kemiskinan dan untuk pemerataan pendapatan.⁴⁸

6. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset penurunan dalam liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang berakibat dari investasi yang halal, perdagangan, memberikan jasa, atau aktivitas lain yang bertujuan meraih keuntungan.⁴⁹ Dalam nilai islam terdapat dua cara untuk mendistribusikan pendapatan, yaitu iuran wajib (zakat) dan iuran sukarela (infaq). Muflih mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan maka tingkat sedekahnya makin kuat. Islam telah mewajibkan zakat atas kekayaan juga mewajibkan zakat atas pendapatan.⁵⁰ Tingkat pendapatan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya jabatan, keuletan serta kerja kerasnya dalam melakukan suatu pekerjaan. Semakin tinggi jabatannya semakin besar pendapatan, Maka semakin tinggi penghasilannya akan terkena kewajiban membayar zakat, namun jika penghasilan yang

⁴⁸ Irkhami, N. (2016). Islamic Ethical Investment Membincang Aspek Hukum dan Ekonomi Syariah (H. Endraswati (ed.)). LP2M-Press, 13.

⁴⁹ Moh. Syafi'I Antonio, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001). 204

⁵⁰ Intan SMP, Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 8, No.1, 2020. 11-9

didapat tidak mencapai nisab zakat, maka bisa diganti dengan membayar infak ataupun shadaqah.⁵¹ Pendapatan juga dapat berasal dari pendapatan lain atau usaha lain apabila seseorang memiliki pekerjaan lain disamping pekerjaan utama. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pendapatan dalam penelitian ini adalah harta atas hasil profesi seseorang, terdiri dari gaji pokok dan tunjangan tunjangannya (penghasilan kotor) serta pendapatan dari usaha lain. Muzakki dengan pendapatan yang sudah mencapai nishab dan haul berkewajiban untuk menyalurkan zakat profesi atas pendapatannya. Hal ini sesuai dengan ketentuan hukum dan ketentuan ajaran islam.

Islam telah mewajibkan zakat atas kekayaan dan pendapatan, tingkat pendapatan merupakan harta kekayaan atau pendapatan yang dimiliki oleh seorang muzakki berpengaruh besar terhadap motivasi untuk membayar zakat. Begitu pula jika ada kenaikan harta atau pendapatan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah zakat yang akan dikeluarkan berikutnya. Dengan demikian, pendapatan seseorang sangat mempengaruhi niat individu untuk mengeluarkan zakat. Karena pendapatan memiliki hubungan mengenai apakah harta tersebut sudah mencapai nishab atau belum, disamping pula berpengaruh terhadap besar jumlah zakat yang akan dikeluarkan oleh muzakki.

b. Kategori Pendapatan

Pendapatan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

- 1) Pendapatan pokok adalah pendapatan yang utama dan pokok, yaitu hasil yang diperoleh seseorang dari suatu pekerjaan yang dilaksanakan secara

⁵¹ Murabahan, Merawati, Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepatuhan Masyarakat Membayar Zakat, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, 2018

teratur dan tetap untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga.

- 2) Pendapatan tambahan adalah hasil pendapatan yang tidak tetap dan tidak teratur namun hasilnya dapat membantu untuk menambah pendapatan setiap bulan.
- 3) Pendapatan keseluruhan adalah pendapatan pokok ditambah pendapatan tambahan yang diperoleh setiap bulan.⁵²

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan seseorang adalah:

- 1) Level Pendidikan
Human capital bukan sumber daya namun merupakan modal yang menghasilkan pengembalian dan setiap pengeluarana yang dilakukan dalam rangka mengembangkan kualitas dan kuantitas modal merupakan kegiatan investasi. Semakin tinggi tingkat Pendidikan semakin tinggi pula tingkat pendapatan yang akan didapatkan.
- 2) Potensi pengalaman kerja
Seseorang yang memiliki pengalaman kerja yang baik akan mendapatkan peluang pekerjaan yang menjanjikan. Semakin tinggi jabatan yang dimiliki seseorang akan meningkatkan pendapatan orang tersebut.
- 3) Jenis kelamin
Secara rata-rata tenaga kerja laki-laki memiliki pendapatan yang lebih tinggi dari tenaga kerja perempuan. Pendapatan laki-laki cenderung lebih tinggi karena laki-laki mempunyai tanggung jawab mencari nafkah dalam keluarga.

⁵² Mulyanto Sumardi, Sumber Pendapatan, Kebutuhan Pokok dan Perilaku Menyimpang (Jakarta: Rajawali, 1982), 12

- 4) Daerah tempat tinggal
Seseorang yang bertempat tinggal di daerah perkotaan cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi daripada yang tinggal di daerah pedesaan.
- 5) Jenis pekerjaan
Pendapatan tenaga kerja formal cenderung mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi daripada tenaga kerja informal. Hal ini disebabkan tenaga kerja informal tidak mendapatkan tunjangan hidup seperti para pekerja formal.

d. Indikator Pendapatan

Indikator pendapatan yaitu:

- 1) Penghasilan yang diterima perbulan
Penghasilan adalah sebuah penambahan aktiva / penurunan kewajiban entitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.
- 2) Pekerjaan
Dalam arti luas Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah Pekerjaan adalah sesuatu yang dilakukan oleh manusia untuk tujuan tertentu yang dilakukan dengan cara yang baik dan benar.
- 3) Anggaran Biaya
Anggaran biaya adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.
- 4) Beban keluarga yang ditanggung
Beban atau yang sering dikenal dengan istilah expense merupakan sebuah pengorbanan yang harus dikeluarkan atau diperlukan untuk merealisasikan sebuah hasil.

7. Muzakki

a. Pengertian Muzakki

Muzakki adalah orang yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nishab dan haul. Dengan adanya kata-kata “atas kaum muslimin”, berarti jelas bahwa selain orang Islam tidak dituntut mengeluarkan zakat. Muzakki adalah orang yang berkecukupan atau kaya Zakat itu wajib atas si kaya yaitu orang yang mempunyai kelebihan dari kebutuhan-kebutuhan yang vital bagi seseorang, seperti untuk makan, pakaian, dan tempat tinggal. Zakat tersebut dibagikan kepada fakir miskin atau orang yang berhak menerima zakat.⁵³

Seseorang terkena kewajiban membayar zakat jika memenuhi kriteria berikut ini:⁵⁴

1) Beragama Islam

Kewajiban zakat hanya diwajibkan kepada orang Islam. Hadits Rasulullah SAW menyatakan, “Abu Bakar Shidiq berkata, “inilah sedekah (zakat) yang diwajibkan oleh kaum Muslim”. (HR Bukhari)

2) Merdeka

Kewajiban zakat hanya diwajibkan kepada orang-orang yang merdeka. Hamba sahaya tidak dikenai kewajiban berzakat.

3) Dimiliki Secara Sempurna

Harta benda yang wajib dibayarkan zakatnya adalah harta benda yang dimiliki secara sempurna oleh seorang Muslim.

4) Mencapai Nishab

⁵³ Anshory Umar Sitanggal, *Fiqh Syafi'i Sistimatis II* (Semarang: CV. Asy Syifa', 1987) hal. 13

⁵⁴ Rahman Ritonga dan Zainuddin, *Fiqh Ibadah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2002), hal.178

Seorang muslim wajib membayar zakat jika harta yang dimilikinya telah mencapai nishab. Nishab zakat harta berbedabeda, tergantung jenis harta bendanya.

5) Telah Haul

Harta benda wajib dikeluarkan

8. Citra Lembaga

a. Pengertian Citra Lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.⁵⁵ Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.⁵⁶

Citra dipertimbangkan mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi pandangan pelanggan atas barang dan pelayanan yang ditawarkan. Jadi citra dapat mempunyai pengaruh pada tingkah laku pembelian pelanggan, terlebih bagi perusahaan jasa dimana ketika jasa sulit dievaluasi, citra perusahaan diyakini menjadi faktor penting

⁵⁵ Soleh Soemira, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 17.

⁵⁶ Firsan Nova, "CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan" (Rajawali Press, 2011), 298-299.

yang mempengaruhi kualitas layanan, evaluasi pelanggan atas kepuasan yang dirasakan pelanggan dari jasa yang diberikan. Citra perusahaan memiliki pengaruh pada pilihan pelanggan atas perusahaan, yaitu bahwa citra perusahaan diyakini mempengaruhi keputusan pembelian, dimana citra yang baik akan merangsang pembelian. Jadi citra perusahaan diyakini mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli.⁵⁷

b. Elemen Citra Perusahaan

Informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut: ⁵⁸

- 1) *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) *Reputation*, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) *Value*, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) *Corporate Identity*, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

⁵⁷ H. Sophiyanto Wuryan dan Djoko Legowo, Pengaruh Citra Lembaga, Kepercayaan Mahasiswa terhadap Kepuasan Mahasiswa Dan Implikasinya Kepada Komitmen Relasional Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2009, Vol. 6, No. 2, 122.

⁵⁸ Imam Mulyana Dwi Suwandi, "Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran," n.d, 81-89.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Lembaga

Faktor-faktor yang mempengaruhi cara perusahaan atau citra organisasi ada lima yaitu:⁵⁹

- 1) Orientasi terhadap manfaat yang diberikan atau diterima dan sebagaimana diinginkan oleh sekelompok khalayak sasaran.
- 2) Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas dan kuantitas pelayanan yang cukup relatif dan mengesankan bagi khalayak sasaran.
- 3) Citra yang baik tersebut telah diprestasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran.
- 4) Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya.
- 5) Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusanya dalam tanggung jawab perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup, menggunakan teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

d. Indikator Citra Lembaga

Indikator citra perusahaan di mata masyarakat adalah sebagai berikut :⁶⁰

- 1) Dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan.
- 2) Hubungan sosial yang baik antara perusahaan dengan masyarakat.

⁵⁹ Indaingawati Asmara, Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia, (Surabaya: CV Jagad Publishing, 2019), 59.

⁶⁰ Suprpto, Rifqi. dan Wahyuddin, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Myria Publisher, 2020), 8.

- 3) Toleransi perusahaan terhadap masyarakat dalam pelaksanaan aktifitas perusahaan.
- 4) Pelaksanaan aktifitas perusahaan tidak mengganggu warga.

e. Citra Menurut Perspektif Islam

Membangun citra yang kuat adalah penting tetapi tidak bertentanan dengan ketentuan prinsip-prinsip syariah. Di dalam ajaran islam, kita diperintah agar selalu berperilaku jujur, menepati janji, sebab janji tersebut akan dimintai pertanggung jawaban oleh Allah SWT. Citra yang baik adalah citra yang mempunyai karakter yang kuat dan bagi perusahaan atau produk, citra juga harus mencerminkan karakter yang tidak bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam.⁶¹ Pada jaman Rasullullah SAW telah diterapkan pada saat beliau sedang berdagang, beliau selalu memperhatikan penampilan, dengan cara tidak membohongi pelanggan baik yang menyangkut kualitas maupun kuantitas. Dalam Qs. Asy-Syu"araa" : 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ١٨١
 وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ
 أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ١٨٣

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” (.Qs. Asy-Syu"araa" : 181-183).

⁶¹ Eny, Lusi Anggri, Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan Jasa Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menurut Perspektif Islam, 2019.

Dalam pandangan Islam, citra adalah nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan. Misalnya salah satu keberhasilan Rasulullah SAW sebagai seorang pedagang adalah karena sifat jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggannya.

9. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan, sikap dan perilaku memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Ketiganya saling mempengaruhi, yang mana kepercayaan akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap. Sikap seseorang akan membentuk perilaku seseorang. “kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.⁶² Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk memercayai pihak lain. Didasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memercayainya.⁶³

Dalam dunia bisnis dan pemasaran kepercayaan konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dari para pelaku bisnis. Mereka akan berusaha melakukan berbagai macam strategi agar konsumen mendatangi mereka dan melakukan transaksi bisnis. Kepercayaan bukanlah suatu yang ada dengan sendirinya dan hilang dengan sendirinya.

⁶² Al Etta Mamang Sangadji et, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013), 56-59.

⁶³ Vivi Susanti, “Kepercayaan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online,” *Psikologi Industri Dan Organisasi* 2-No. 1 (n.d.), 1–7.

Akan tetapi kepercayaan adalah salah satu simpul dari ikatan beberapa tali yang saling berkaitan.⁶⁴

Kesimpulannya, kepercayaan merupakan unsur yang sangat penting dan diletakkan dalam menjalin hubungan. Dalam konsep Islam orang yang baik dan jujur adalah orang yang dapat menjaga kepercayaan/amanah yang diberikan kepadanya. Apabila ia mampu menjaga amanah itu maka ia akan selalu mendapat kepercayaan dari orang secara terus menerus atau berkelanjutan.

b. Indikator Kepercayaan

Ada 4 indikator dalam kepercayaan yaitu:⁶⁵

- 1) *Kehandalan (Reliability)* atau seberapa jauh kemampuan seseorang organisasi mampu melayani pelanggan sesuai dengan apa yang telah ditawarkan kepada pelanggan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) *Kejujuran (Honesty)* atau seberapa jujur anggota organisasi atau karyawan perusahaan dalam menyampaikan informasi, sehingga tidak ada pelanggan yang meragukan informasi yang disampaikan.
- 3) *Kepedulian (Concern)* atau sikap empati dari anggota organisasi atau karyawan perusahaan sehingga mampu menyelesaikan permasalahan yang dapat dirasakan oleh konsumen.
- 4) *Kredibilitas (Credibility)* yaitu anggota organisasi atau karyawan perusahaan menyampaikan informasi secara jujur dan dapat dipercaya sehingga rasa percaya dapat tumbuh dibenak nasabah

⁶⁴ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 22.

⁶⁵ Maharani, A. dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. Universitas Diponegoro, 99.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan ada dua yaitu:⁶⁶

1) Faktor rasional.

Faktor rasional bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan profesional. Orang yang memberikan kepercayaan (*trustor*) dapat memperkirakan apakah orang yang mendapat kepercayaan (*trustee*) dapat melaksanakan tuntutan trustor tersebut. Pandangan bahwa munculnya kepercayaan pada umumnya dari faktor rasional dan asumsi bahwa untuk memberi kepercayaan (*trust*) kepada orang lain harus terlebih dahulu mendapat informasi atau pengetahuan tentangnya.

2) Faktor relasional.

Faktor relasional disebut juga faktor afektif atau moralistik. Kepercayaan relasional berakar melalui etika yang baik, dan berbasis pada kebaikan seseorang. Kepercayaan relasional memiliki dasar nilai yang disepakati suatu komunitas, gerak hati, dan kepentingan bersama. Komunitas memiliki pertimbangan sebelum memberikan kepercayaan dan sebuah perubahan tidak dibebankan pada satu orang saja. Teori relasional mengatakan kepercayaan merupakan hal yang terkondisi melalui budaya dan pengalaman, keyakinan mengenai orang yang dapat bekerja di institusi politik.

⁶⁶ ALIF, "FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MASYARAKAT MENGELUARKAN ZAKAT PERTANIAN," *Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam* 2, no. 2541–5212 (2017), 2.

d. Faktor-Faktor yang Membentuk Kepercayaan

Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang diperlukan tujuh core values, yaitu sebagai berikut: ⁶⁷

1) Keterbukaan

Keterbukaan menunjukkan pada tindakan yang memungkinkan suatu persoalan menjadi jelas, mudah dipahami dan tidak disangsikan lagi kebenarannya. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling mempercayai antara satu sama lain.

2) Kejujuran

Kejujuran merupakan pangkal dari kepercayaan, ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Jadi kepercayaan itu merupakan imbas dari adanya kejujuran.

3) Integritas

Integritas merupakan keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengarahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

4) Kompeten

Kompeten merupakan kemampuan untuk melaksanakan tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan berdasarkan pengalaman dan pembelajaran.

⁶⁷ Wibowo, *Manajemen Perubahan* (Jakarta: Grafindo Persada, 2006), 207-202.

Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas dibidang pekerjaan tertentu.

5) Sharing

Sharing merupakan sebuah ungkapan dan pengakuan diri terhadap orang lain yang berfungsi sebagai sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. Sharing merupakan elemen penting dalam membangun sebuah kepercayaan karena memiliki manfaat psikologis dalam membentuk hubungan yang lebih baik antara satu sama lain.

6) Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai satu sama lain.

7) Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologis sosial seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan untuk orang lain.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefenisikan sebagai keputusan muzakki untuk menggunakan lembaga zakat dalam penyaluran zakatnya terhadap mustahiq zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap masyarakat, dana zakat yang terkumpul dan tersalurkan akan semakin meningkat dan optimal dalam pemanfaatannya. Dengan demikian masyarakat akan berminat dan berkeinginan berzakat pada lembaga amil zakat apabila mereka percaya pada lembaga zakat.

e. Pandangan Islam Mengenai Kepercayaan

Kepercayaan dalam Islam dikatakan sebagai amanah. Orang yang amanah diartikan dengan orang

yang dapat dipercaya. Nabi Muhammad Saw sebelum mendapat tugas menyampaikan al-Quran diberi gelar oleh orang-orang dengan sebutan al-Amin (orang yang dapat dipercaya). Bahasa modern (bahasa Inggris) dari amanah yang biasa dipakai dalam istilah bisnis adalah *credible*. Orang yang dapat dipercaya disebut dengan istilah orang yang sangat *credible*". Dan secara syar'i, amanah bermakna: menunaikan apa-apa yang dititipkan atau dipercayakan. Itulah makna yang terkandung:

Allah SWT. Berfirman dalam 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 ٥٨

“Sungguh, Allah memerintahmu untuk menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu, dan sungguh Allah maha mendengar dan melihat. “

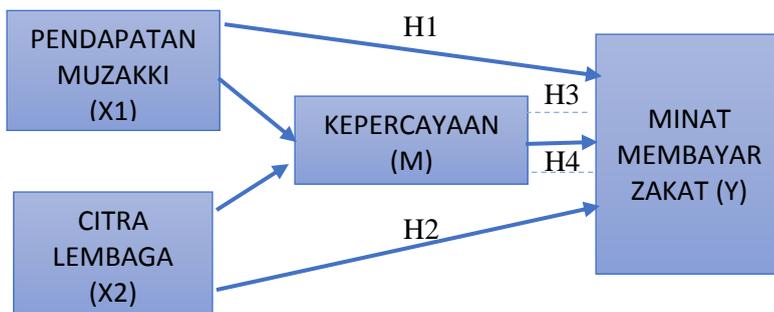
Hal ini mencakup seluruh amanah yang wajib bagi manusia, berupa hak-hak Allah Swt terhadap para hamba-Nya, seperti sholat, puasa, zakat, kafarat, nadzar, dan selain dari itu, yang kesemuanya adalah amanah yang diberikan tanpa pengawasan hamba-Nya yang lain. Serta amanah yang berupa hak-hak sebagian hamba dengan hamba lainnya, seperti titipan dan selanjutnya yang kesemuanya adalah amanah

yang dilakukan tanpa pengawasan saksi.⁶⁸ Itulah yang diperintahkan oleh Allah Swt untuk ditunaikan. Barang siapa tidak melakukannya di dunia ini. Ayat di atas menegaskan bahwa amanah tidak melulu menyangkut urusan material dan hal-hal yang bersifat fisik. Kata-kata adalah amanah, dan menunaikan hak Allah adalah juga amanah.

B. Pengajuan Hipotesis

1. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yang baik memberikan penjelasan secara teoritis pertautan antar variabel yang diteliti jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. kerangka berpikir ini adalah penelitian ini berupa asosiatif/ berhubungan dalam penelitian ini variabel bebas atau dependen dengan variabel terikat atau independen.⁶⁹ kerangka berpikir yakni: Pendapatan Muzakki (X1), dan Citra Lembaga (X2), satu variabel dependen: minat membayar zakat (Y) yang akan di mediasi variabel kepercayaan (Z).



Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran

⁶⁸ Azhari Akmal Tarigan, Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 74

⁶⁹ M. Ramdhan, "Metode Penelitian" 2021

Keterangan:

- : Hubungan Langsung
 -----→ : Hubungan Tidak Langsung

2. HIPOTESIS

Hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Hipotesis merupakan jawaban sementara atau suatu pernyataan dalam penelitian dan jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan bukan pada bukti empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Terdapat 2 jenis hipotesis yang ada dalam penelitian. Hipotesis nihil/nol (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara dua variabel atau lebih atau tidak adanya perbedaan antara dua kelompok atau lebih. Hipotesis alternative (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara dua variabel atau Berdasarkan kerangka teori di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh Pendapatan (X1) Terhadap Minat Membayar Zakat (Y)

Pendapatan adalah suatu penambahan asset (harta) yang akan menyebabkan meningkatnya *owners equity*. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin wajib seseorang itu untuk mengeluarkan zakatnya. Penelitian oleh Okta Yuripta, dkk yang berjudul Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. Kesimpulan dari penelitiannya yaitu tingkat pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Membayar ZIS. Hal ini terjadi sebagai akibat dari unsur-unsur yang bersifat internal, seperti tingginya tingkat kemakmuran

masyarakat dan faktor eksternal seperti lingkungan sosial yang akrab dengan kegiatan gotong-royong antar masyarakat dalam kelompok sosial. Menurut peneliti Muliadi pendapatan sangat mempengaruhi untuk mengeluarkan zakat, karena pendapatan memiliki hubungan mengenai apakah harta tersebut sudah mencapai nishab atau belum, disamping itu juga berpengaruh terhadap besar jumlah zakat yang akan dikeluarkan oleh muzakki. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula minat membayar zakat karena sudah mencapai ketentuan nishab. Hasil penelitian terdahulu yang relevan mengenai pengaruh pendapatan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS yaitu penelitian oleh Muliadi berjudul “– Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Dompot Dhuafa Waspada Di Kecamatan Medan Sunggal” menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan zakat.⁷⁰ Sejalan dengan penelitian Satrio dan Fakhruddin yang berjudul “Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat” yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat muzakki untuk membayar zakat. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula minat membayar zakat yang dimiliki oleh muzakki.⁷¹

⁷⁰ Muliadi. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Dompot Dhuafa Waspada Di Kecamatan Medan Sunggal. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara.

⁷¹ Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. Simposium Nasional Akuntansi XIX, 1(4), 308–315.

H1: Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar Zakat

b) Pengaruh Citra Lembaga (X2) terhadap Minat Membayar Zakat (Y)

Menurut peneliti Khairani mengemukakan bahwa tanggapan mengenai kesan yang timbul terhadap suatu objek menjadi faktor yang mampu melahirkan suatu minat.⁷² Bila seseorang mendapatkan perasaan senang maka dapat memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, begitupun sebaliknya.⁷³ Tentunya hal ini menjadikan citra yang dimiliki suatu lembaga menjadi salah satu faktor pengaruh minat muzakki membayar Zakat. Hal tersebut didukung dengan hasil Ubay Haki yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah,” bahwa citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat terdapat pengaruh yang signifikan.⁷⁴ Kemudian diperkuat oleh Tishwanah & Latifah dalam judul “Analisis Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Ditinjau dari Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga,” menunjukkan bahwa variabel citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat muzakki untuk membayar zakat.⁷⁵ Berbeda dengan pendapat Estik Nur Naniyah dalam judul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga dan

⁷² Khairani, M. (2017). Psikologi Belajar. Aswaja Pressindo, h. 152-157.

⁷³ Abdul Rahman Saleh dan Mahbib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar, Jakarta: Prenada Media, 2004, 264

⁷⁴ Ubay Haki, “Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah,” *SY'AR IQTISHADI* 4, no. 1 (2020): 81–97, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>.

⁷⁵ Nuris Tishwanah dan Fitri Nur Latifah, “Analisis Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Ditinjau dari Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1466–73, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8449>.

Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kota Semarang” menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara citra lembaga (X3) terhadap minat membayar zakat (Y).⁷⁶ Berdasarkan hal diatas, maka peneliti membuat hipotesis:

H2: Citra Lembaga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar Zakat.

c) Pengaruh pendapatan (X1) terhadap minat (Y) membayar zakat dengan kepercayaan (Z) sebagai variabel intervening.

Menurut penelitian Saskya Amatahir mengemukakan bahwa hal ini terjadi sebagai akibat dari unsur-unsur yang bersifat internal, seperti tingginya tingkat kemakmuran masyarakat dan faktor eksternal seperti lingkungan sosial yang akrab dengan kegiatan gotong-royong antar masyarakat dalam kelompok sosial. Penelitian oleh Kartika yang berjudul Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Pengaruh Religiusitas dan Pendaptan terhadap Minat Membayar Zakat dengan kepercayaan Membayar Zakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di Baznas Salatiga). Kesimpulan dari penelitiannya yaitu tingkat pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pembayaran ZIS.⁷⁷

H3 : Kepercayaan Dapat Memediasi Pengaruh Pendapatan Muzakki Terhadap Minat Membayar Zakat.

⁷⁶ Estik Nur Naniyah, “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kota Semarang” (2019).

⁷⁷ Kartika, Indri. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Pendaptan terhadap Minat Membayar Zakat dengan kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di Baznas Salatiga).

d) Pengaruh citra lembaga (X2) terhadap minat (Y) membayar zakat dengan kepercayaan (Z) sebagai variabel intervening.

Terjadinya citra terbentuk berasal dari persepsi oleh konsumen yang dipegang dari cerminan dengan apa yang telah tertanam dalam pikiran di mana akan selalu teringat yang akan menjadi riwayat citra dari lembaga. Sering kali seseorang menerima suatu informasi dari suatu lembaga ketika ingin menggunakan atau menjadi pelanggan. Informasi tersebut bisa saja mempengaruhi minat ataupun tidak dalam mengambil keputusan. *Theory of Planned Behavior* mengemukakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau kepercayaan yang relevan dengan perilaku tersebut. Kepercayaan yang ditonjolkan tersebut yang dianggap sebagai penentu utama timbulnya minat dan perilaku seseorang. Artinya citra lembaga dapat mempengaruhi minat atau perilaku seseorang dengan kepercayaan yang diperoleh dari sebelumnya. Senada dengan penelitian Putri dan Sukaatmadja, menjelaskan tingkat kepercayaan terbukti dapat memediasi secara positif signifikan pengaruh citra merek terhadap minat. Berdasarkan kepada konsep di atas dan dikuatkan dengan penelitian terdahulu. Penulis mengajukan hipotesis berikut:

H4 : Kepercayaan Dapat Memediasi Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat.⁷⁸

⁷⁸ Luh Gede Dian anggara Putri and I Putu Gde Sukaatmadja, "Peran Kepercayaan Memediasi Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 5 (2018), 2470.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh variabel indenpenden berupa Pendapatan Muzakki (X1) dan Citra Lembaga (X2) terhadap variabel dependen berupa Minat Membayar Zakat adapun variabel mediasi berupa Kepercayaan, maka dapat ditarik kesimpulan guna menjawab rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menyatakan bahwa Pendapatan Muzakki tidak berpengaruh positif terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung, muzakki menunaikan zakat karena dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, semakin banyak pendapatan maka semakin kuat keinginan untuk membayar zakat. Dalam hal ini adanya pendapatan muzakki menjadi dorongan untuk muzakki meningkatkan minat membayar zakat.
2. Hasil pengujian menyatakan bahwa Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap Minat Membayar Zakat pada Muzakki LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung, hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan dapat meningkatkan ketertarikan, keyakinan dan keinginan muzakki membayar zakat.
3. Hasil pengujian menyatakan bahwa Pendapatan Muzakki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar Zakat setelah mengontrol Kepercayaan dengan nilai signifikansi $4,132 > 1,66$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepercayaan memediasi secara parsial (*partial mediation*) antara variabel Pendapatan Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin meningkat pula minat muzakki membayar zakat di LAZNAS Yatim Mandiri.

4. Hasil pengujian menyatakan bahwa Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membayar Zakat setelah mengontrol Kepercayaan dengan nilai signifikansi $3,262 > 1,66$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepercayaan memediasi secara parsial (*partial mediation*) antara variabel Citra Lembaga terhadap Minat Membayar Zakat.

B. Rekomendasi

Pokok pikiran yang dapat dijadikan saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung diharapkan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya Pendapatan Muzakki, sehingga para muzakki dapat merasakan kepuasan dalam berdonatur di LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Lampung.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pemicu serta acuan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang serupa yang dapat dikembangkan, sehingga penelitian ini tidak terhenti sampai disini aja.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004).
- Abu Malik Kamal bin as-Sayyid Salim, *Shahih Fiqih Sunnah* (Jakarta: Pustaka at-Tazkia, 2006) h.5
- Akbar, W., & Tarantang, J. (2018). *Manajemen Zakat* (N. N. H (ed.); Ahmad Dakh). K.Media
- Al-Khalafi, A. A. bin B. *Buku Saku Fiqih Zakat Sesuai Tuntunan Rasulullah*. Bogor: Media Tarbiyah, 2008.
- Al-Zuhayly, W. (2008). *Kajian Berbagai Mazhab*. PT. Rosdakarya.
- Amir, M. T. *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada., 2005.
- Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1997).
- Anton M.Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999).
- Aziz, Abd. *Filsafat Pendidikan Islam: Sebuah Gagasan Membangun Pendidikan Islam*. Surabaya: eLKAF, 2006.
- Azwar, S. *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- . *Validitas Dan Realibilitas Edisi IV*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Fatoni, N. (2015). *Fikih Zakat Indonesia*. CV Karya Abadi.

- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Irkhami, N. (2016). *Islamic Ethical Investment Membincang Aspek Hukum dan Ekonomi Syariah* (H. Endraswati (ed.)). LP2M-Press
- Kamil, Syukron. *Ekonomi Islam, Kelembagaan, Dan Konteks Keindonesiaan Dari Politik Makro Ekonomi Hingga Realisasi Mikro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran (13th Ed)*. Erlanga, 2019.
- M.Moeliono, Anton. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Mappiare, A. *Psikologi Remaja*. Usaha Nasional, 1982.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Mudrajad Kuncoro, P. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga., 2013.
- Muhammad Bin Ismail bin Ibrahim bin Mughiroh Al-Bukhori Abu Abdullah, Al-Jami" AsShohih , Juz I cetakan pertama (Cairo : Darussa"ab, 1987 M/ 1407 H), h. 9
- Nova, Firsan. *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
298-299. Rajawali Press, 2011.
- Ruslan, R. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada., 2012.

- Setiawan, Tejo Adi. *Berilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2016.
- Shaleh, Abdul Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Soemira, Soleh. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Surajiyo. *Ilmu Filsafat Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Suryana. *Metodologi Penelitian*. Metodologi Penelitian, 2010.
- Suwandi, Imam Mulyana Dwi. "Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran," n.d.
- Wibowo. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Grafindo Persada, 2006.

Jurnal Artikel Online dan Skripsi

- ALIF. "FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MASYARAKAT MENGELUARKAN ZAKAT PERTANIAN." *Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam 2*, no. 2541–5212 (2017): 2.
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mnat Muzaki Membayar Zaat (Stadi pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- Aningsih, Indri. "Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Laz-Uq Jombang." *Jurnal Ekonomi Islam 2*, no. 3 (2019): 99–109.

- Etta Mamang Sangadji et, Al. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013.
- Fahmi, Zul, and Mukhlis M Nur. "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe." *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 1, no. 3 (2018): 89–99.
- Haki, Ubay. "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah." *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 4, no. 1 (2020): 81. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>.
- Hamzah, Zulfadli, and Izzatunnafsi Kurniawan. "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2020): 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114).
- Handayani, Lusiana, Kamila Windyani Putri, and Muhammad Yassir Fahmi. "Factors Affecting Community Trust to Pay Zakat at the National Board of Zakat (BAZNAS) of South Kalimantan Province." *International Conference of Zakat*, 2019, 179–91. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.174>.
- Heri Setiawan, Maria Magdalena, Minarsih, Azis Fathoni. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Journal Of Management* 2, no. 2 (2016): 1–17.

- Indri, Amelia. “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Amelia Anggita Dan Indri Yuliafitri.” *ISEI Accounting Review IV*, no. 1 (2020): 8–13.
- Indri Aningsih, “Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Laz-Uq Jombang,” *Jurnal Ekonomi Islam 2*, no. 3 (2019): 99, 109.
- Mukhlis Muhammad Nur dan Zulfahmi, Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Lhokseumawe dalam Jurnal Ekonomi Regional Unimal Volume 1 No.3 Desember 2018 h.90
- Notoadmodjo, S. *Ilmu Kesehatan Masyarakat Dan Prinsip-Prinsip Dasar*. Rineka cipta, 2003.
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=60&pRegionCode=MAN%0AADO&pClientId=626%0D>.
- Pendapatan, Pengaruh Tingkat, and Literasi Zakat Dan. “Pertiwi.” *BAZNAS Provinsi Lampung. Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi 8*, no. 1 (2020): 1–9.
- Putri, Luh Gede Dian anggara, and I Putu Gde Sukaatmadja. “Peran Kepercayaan Memediasi Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 7*, no. 5 (2018): 2470.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p06>.
- Rizkia, Rina, and Muhammad Arfan M. Shabri. “TENTANG ZAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI UNTUK MEMBAYAR ZAKAT MAAL (Studi Para Muzakki Di Kota Sabang).” *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol. 7 No.*, no. January 2014 (2018).