

## PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SUKABUMI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT

### SUKABUMI DISTRICT PREFERENCE IN THE DECISION TO PAY ZAKAT

N. Kurniawati<sup>1a</sup>, A. Sukma<sup>2</sup>

<sup>1a</sup>Alumni Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16770.

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16770

(Diterima oleh Dewan Redaksi: Agustus)  
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: Desember)

#### ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics and preferences of society Sukabumi in making decisions to pay zakat. The number of respondents in this study were 204 respondents using purposive sampling technique. Data analysis method used the analysis factors. This study refers to the 14 variables that are assumed to affect the community sukabumi in the decision to pay zakat, namely confidence, communication, family, knowledge, reference group, motivation, interaction, teaching culture, achievements, job, lifestyle, culture implanted, and cultural appropriateness. Confidence greatly influenced the decision to pay zakat through non LPZ. Meanwhile, the factors that influence the decision to pay zakat through the institution of zakat is communication.

Keywords: Preferences, Muzakki, Decisions, Zakat.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik masyarakat kabupaten Sukabumi dan preferensi masyarakat dalam mengambil keputusan membayar zakat. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 204 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis faktor. Penelitian ini mengacu pada 14 variabel yang diasumsikan mempengaruhi masyarakat Sukabumi dalam mengambil keputusan membayar zakat yaitu keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, interaksi, budaya mengajarkan, prestasi, pekerjaan, gaya hidup, budaya ditanamkan, dan kesesuaian budaya. Keyakinan sangat mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat. Sementara itu, faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat adalah komunikasi.

Kata Kunci: Preferensi, Muzakki, Keputusan, Zakat.

## PENDAHULUAN

Tujuan dari zakat adalah untuk mencegah terjadinya penumpukan dan penimbunan harta pada sekelompok orang. Maka dengan zakat, harta dapat berputar dan tidak menumpuk pada sekelompok orang saja. Hal ini dilakukan dengan cara menyalurkan harta dari orang yang wajib memberi zakat atau muzakki untuk disalurkan kepada penerima zakat yang disebut mustahik.

Zakat juga memiliki tujuan mensejahterakan kehidupan umat. Pemberian zakat tidak hanya sekedar perpindahan harta dari muzakki kepada mustahik, akan tetapi lebih dari itu yaitu untuk merubah kondisi mustahik. Perubahan kondisi yang dimaksud adalah perubahan dalam kondisi berhak menerima zakat menjadi kondisi yang lebih baik dalam hal ekonomi bahkan menjadi kondisi wajib menunaikan zakat.

Realisasi tujuan tersebut salah satunya dengan cara membayar zakat pada tempat yang tepat dan pengelolaan dana yang tepat. Mashudi (2011: 2) cara pengelolaan dana zakat yang terjadi di Indonesia, biasanya dilakukan oleh individu atau kelompok. Mahmudi dalam Zulfayani (2011: 20) mengatakan masyarakat percaya bahwa pengelolaan zakat efektif dan efisien tentu tidak dilakukan sendiri-sendiri oleh muzakki, tetapi perlu dikelola secara sistematis, terkoordinasi dan terorganisasi dengan baik. Sehingga peran Lembaga Pengelola Zakat (LPZ) sangat penting dalam hal mengumpulkan dana zakat, mengelola dana zakat dan menyalurkan kepada para mustahik zakat. Dana zakat harus dikelola secara amanah dan profesional sehingga tujuan zakat tercapai.

Menurut Badan *Amil* Zakat Nasional (BAZNAS) jumlah penerimaan dana zakat pada LPZ ditahun 2013 adalah sebesar RP. 2,7 triliun. Data tersebut termasuk data BAZNAS provinsi, kabupaten dan kota serta 18 Lembaga *Amil* Zakat (LAZ). Menurut Bachmid (2012: 426) data BAZNAS yang mengacu pada hasil kajian *Asian*

*Development Bank* (ADB) mengetahui bahwa potensi zakat di Indonesia bisa mencapai Rp.100 triliun per tahun. Penelitian terbaru dari BAZNAS dengan IPB menunjukkan potensi zakat di Indonesia mencapai angka Rp. 217 triliun rupiah.

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat potensi dana zakat yang sangat besar masih belum tergali secara optimal dengan realisasi penerimaan LPZ belum mencapai 2% dari potensi zakat Indonesia yang sebesar Rp. 217 triliun rupiah, hal ini bisa dilihat lebih jauh berbasarkan tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Penerimaan Lembaga Zakat di Indonesia Tahun 2011-2013

No	Nama Lembaga	Jumlah Penerimaan Zakat Masyarakat (dalam miliaran rupiah)		
		Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
1	BAZNAS	39,9	40,3	39,5
2	Dompet Dhuafa	79,9	98,2	124,3
3	PKPU	25,6	35,7	50,7
4	Rumah Zakat	61,1	82,5	77,7
Jumlah		194,5	256,7	292,2

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan LAZ dan BAZ

Data realisasi penerimaan di atas menunjukkan bahwa 98% masyarakat Indonesia memilih membayar zakat dengan cara yang berbeda. Terlihat dari persentase penerimaan yang tidak tersalurkan melalui lembaga menunjukkan kesenjangan yang begitu besar antara penerimaan dana zakat yang diterima oleh LPZ dengan potensi yang dimiliki. Penghimpunan dana merupakan hal penting dalam zakat agar zakat berjalan secara efektif dan tujuan zakat tercapai.

Kamal ketua BAZNAS Kabupaten sukabumi dalam wawancara dengan Sukabumi Media Center tahun 2009 mengatakan bahwa apabila muzakki yang ada di Kabupaten Sukabumi membayar zakat, maka penerimaan zakat dapat mencapai Rp 540 miliar per tahun. Penerimaan zakat BAZNAS Kabupaten Sukabumi mengalami peningkatan setiap

tahunnya, akan tetapi peningkatan tersebut belum mencapai 1 persen dari potensi zakat yang ada di Kabupaten Sukabumi. Hal ini terbukti dari data realisasi penerimaan dana zakat dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2. Perolehan Zakat BAZNAS Kabupaten Sukabumi

Tahun	Perolehan Zakat	Tahun	Persentase Peningkatan
2008	Rp. 2,6 M	2008-2009	7%
2009	Rp. 2,8 M	2009-2010	42%
2010	Rp. 4 M	2010-2011	22,55%
2011	Rp. 4,9 M	2011-2012	32%
2012	Rp. 6,5 M	-	-

Sumber : BAZNAS Kabupaten Sukabumi

Berdasarkan data di atas membuktikan 99% masyarakat Kabupaten Sukabumi memilih membayar zakat dengan cara yang berbeda. Persentase dana zakat tersebut menunjukkan dana zakat yang ada dimasyarakat belum terserap secara optimal.

Ubaidillah ketua BAZ kota Sukabumi dalam wawancara radar Sukabumi tahun 2013 mengatakan bahwa kesadaran masyarakat kota Sukabumi dalam menyisihkan sebagian hartanya untuk membayar zakat dinilai masih rendah melihat dari wajib zakat kota Sukabumi bisa mencapai 5 miliar per tahun dengan pencapaiannya hanya 1,5 miliar pada tahun 2012.

## MATERI DAN METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuisisioner kepada responden yang terpilih untuk dijadikan sampel.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sukabumi yang memiliki luas wilayah 3.934 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 2.408.417 jiwa dengan jumlah

keluarga sejahtera 693.071 Keluarga sejahtera. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh muzakki yang berada di Kabupaten Sukabumi, Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah 200 muzakki yang berada di Kabupaten Sukabumi.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probabilitas sampling*. Jumlah masyarakat sebagai responden yang diamati sebanyak 200 orang untuk memudahkan dalam analisis dengan asumsi kenormalan, dan pembatasan sampel karena penulis menggunakan *purposive sampling*. Elemen populasi yang dipilih sebagai sampel dibatasi pada elemen-elemen yang dapat memberikan informasi berdasarkan pertimbangan tersebut Pertimbangan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan muzakki yang membayar zakat baik melalui Badan Amil Zakat, LAZ swasta, atau langsung ke mustahik.
2. Responden mudah ditemui dan bersedia mengisi kuisisioner yang diberikan.
3. Penghasilan responden rata-rata (berkisar  $\geq$  Rp 3.600.000/bulan), yaitu yang harus memiliki penghasilan atau kekayaan minimal telah mencapai nisab Zakat.

Tehnik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis faktor. Kuisisioner menggunakan skala likert sehingga dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Uji validitas menunjukkan sejumlah mana suatu alat pengukuran itu mampu mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat data (mengukur) itu valid. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang dibuat sudah betul-betul dapat mengukur apa yang diukur (Barna, 2010:81). Valid menunjukkan derajat ketepatan antar data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan peneliti. Apabila suatu alat

pengukuran telah dinyatakan valid, maka berikutnya adalah pengukuran reliabilitas dari alat.

Reliabilitas adalah mengindikasikan seberapa konsistensi pengukuran yang dilakukan sepanjang waktu atau berbagai pertanyaan. Atau dengan kata lain, reliabilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi instrumen pengukuran konsep dan membantu untuk melihat ketepatan pengukuran (Nasution dan Usman, 2007: 112).

Analisis faktor adalah sebuah metode peubah ganda yang bertujuan menjelaskan hubungan antara banyak variabel berkorelasi yang sulit diamati menjadi variabel yang sedikit dan berarti secara konseptual dan relatif bebas, yang disebut faktor. Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Kumpulan variabel disebut faktor, dimana faktor tersebut tetap mencerminkan variabel-variabel aslinya (junaidi, 2006: 41).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 204 responden, dimana responden yang menjawab kuisisioner ini adalah masyarakat Kabupaten Sukabumi yang membayar zakat atau disebut muzakki yang memutuskan membayar zakat melalui lembaga zakat dan non lembaga zakat. Dari 204 responden Kabupaten Sukabumi yang diteliti menggambarkan bahwa sebanyak 44,6% responden memutuskan memilih cara membayar zakat melalui lembaga dan 55,4% responden memutuskan membayar zakat melalui non lembaga. Masyarakat kabupaten sukabumi yang membayar zakat melalui lembaga zakat maupun non lembaga zakat dinilai melalui karakteristik berdasarkan demografi, sikap, dan pengetahuan.

## Karakteristik Responden Menurut Demografi

Penelitian ini menilai karakteristik responden berdasarkan demografi yaitu tempat tinggal, usia, status, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran.

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik demografi responden menurut tempat tinggal terdiri dari, pertama, responden yang memilih membayar melalui lembaga zakat lebih banyak dari Cicurug dengan jumlah 23% responden menurut Kepala Kecamatan Cicurug Agus Gunawan S.Sos., M.Si. Kecamatan Cicurug adalah salah satu kecamatan paling penting bagi Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Sebagai daerah industri, Cicurug adalah penyumbang penghasilan asli daerah (PAD) terbesar bagi Kabupaten Sukabumi.

Kedua, responden yang memilih melalui non lembaga zakat menggambarkan bahwa responden yang memilih membayar melalui non lembaga zakat lebih banyak di Cicurug dengan jumlah 25,6% responden.

Jenis Kelamin dalam penelitian ini adalah pria dan wanita, dari data 204 responden 130 pria dan 74 wanita sedangkan pria yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat berjumlah 73,6% responden dan yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat sebesar 58,4%, kemudian pada responden berjenis kelamin wanita 26,4% responden memilih membayar zakat melalui lembaga zakat dan 41,6% responden membayar zakat melalui non lembaga zakat.

Jumlah anggota keluarga dalam penelitian ini adalah jumlah individu yang berada dalam satu keluarga tersebut, seperti ibu dihitung 1, bapak dihitung 1, anak dihitung 1, sehingga jumlah anggota tersebut adalah 3. Responden yang memutuskan membayar zakat melalui lembaga zakat rata-rata dengan jumlah anggota keluarga 4 orang dalam satu keluarga dengan 30,8% responden yang memilih. Hal sama juga terjadi pada responden yang memilih membayar zakat

melalui non lembaga zakat dengan jumlah yang memilih sebanyak 39,8% responden.

Dengan alasan pada jumlah anggota keluarga 4 pengeluaran untuk pendidikan anak, konsumsi keluarga jauh lebih sedikit dibandingkan keluarga yang memiliki anggota keluarga lebih banyak, dengan pendapatan rata-rata muzakki yang cukup besar sehingga memungkinkan untuk membayar zakat. Sama halnya terjadi pada jumlah anggota keluarga 3 dengan 25,4% responden lembaga zakat dan 18,6% responden non lembaga zakat, kemudian dengan jumlah anggota keluarga 5 dengan 28,7% responden 26,7% responden non lembaga zakat.

Berbeda halnya dengan anggota keluarga yang lebih banyak seperti data di atas yang memiliki anggota keluarga mulai dari 6 anggota keluarga sampai 10 anggota keluarga kemungkinan peluang untuk membayar zakat pada jumlah anggota keluarga yang lebih banyak sangat kecil, terkecuali dengan alasan muzakki tersebut mempunyai aset atau kekayaan yang lebih besar. Pada anggota keluarga dengan jumlah keluarga hanya 1 maka menurut Engel, et. al.,(1994: 204) biasanya pada usia *single* atau belum menikah mereka cenderung lebih berorientasi pada keinginan terhadap sesuatu sehingga menghabiskan dari sebagian pendapatannya.

Status dalam penelitian ini adalah status yang menggambarkan responden tersebut dengan gambaran belum menikah, menikah, janda dan duda untuk memberikan informasi karakteristik muzakki atau responden yang menunaikan zakat dengan status yang dimilikinya.

Pada tingkat status yang dimiliki responden dengan mengambil keputusan memilih membayar zakat melalui lembaga zakat lebih besar dengan keterangan status menikah sebesar 83,3% responden, sama halnya dengan pilihan membayar zakat melalui lembaga zakat lebih responden yang memilih lembaga zakat dengan status menikah sebesar 98%. Menurut Engel, at, al., (1994: 214) pasar secara keseluruhan

kebanyakan tetap orang yang sudah menikah. Sehingga karakteristik responden Kabupaten Sukabumi didominasi oleh responden yang sudah menikah.

Melihat data di atas bahwa yang memiliki status belum menikah dengan 1 orang atau hanya 1% menunjukkan bahwa pendapatan yang belum menikah biasanya relatif masih rendah, Menurut Engel, et, al., (1994: 204) biasanya pada usia *single* atau belum menikah mereka cenderung lebih berorientasi pada keinginan terhadap sesuatu sehingga menghabiskan dari sebagian pendapatannya. Kesadaran untuk membayar zakatpun masih rendah. Responden yang janda maupun duda terkadang pendapatannya lebih kecil dibandingkan dengan ketika status menikah karena mereka kembali hidup sendiri dengan pendapatan sendiri dan memiliki tanggungan biaya kehidupan anak jika memiliki anak, pada status keluarga yang janda maupun duda mereka membawa preferensi dan pola yang dipelajari saat berkeluarga. Sehingga cenderung sedikit yang membayar zakat dengan status janda maupun duda kecuali mereka memiliki profesi pekerjaan tertentu.

Dalam penelitian ini, usia dikelompokkan menjadi usia 20-30 tahun, usia 31-40 tahun, usia 41-50 tahun, usia 51-60 tahun dan usia lebih dari 60 tahun. Responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat memiliki usia lebih tinggi adalah 31 sampai dengan 40 tahun dengan jumlah 30,8% responden hal sama juga terjadi pada pilihan membayar zakat melalui non lembaga zakat dengan yang lebih tinggi dengan usia 31 sampai dengan 40 tahun dengan jumlah responden lebih banyak yaitu sebesar 29,3% responden. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut diberikan kepercayaan untuk melakukan pengambilan keputusan, pada usia tersebut juga merupakan kelompok usia dengan produktifitas lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lain. Dan yang paling sedikit adalah kelompok usia lebih dari 60 tahun yaitu sebanyak 2,2% responden pada pemilihan zakat melalui lembaga zakat dan

0,8% responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga karena usia ini adalah usia pensiun sehingga kebanyakan pada kelompok usia ini cenderung orang hanya menikmati hasil usaha yang telah didapat dan menyerahkan setiap keputusan kepada yang lebih muda dan usia tersebut hanya bersifat mengontrol.

Jenis Pekerjaan dalam penelitian ini adalah jenis pekerjaan yang dimiliki responden dengan berbagai profesi kerja sebagai berikut Pegawai Negeri Sipil (PNS), Karyawan Swasta, Petani, Pedagang dan Lainnya. Dalam pilihan lainnya responden diminta untuk menyebutkan jenis pekerjaan lainnya yang tidak terdapat pada pilihan.

Jumlah pekerjaan yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah responden sebanyak 59,4%. karena memiliki tingkat pendidikan yang tinggi sehingga mempengaruhi pola pikir responden.

Adapun responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat lebih banyak pada profesi kerja sebagai pedagang sebanyak 37,2% responden dengan tingkat pendidikan tertinggi adalah SMA sederajat, sehingga berpengaruh terhadap posisi pekerjaan dan pola pikir responden itu sendiri.

Pendidikan dalam penelitian ini adalah jenjang pendidikan terakhir yang sudah ditempuh responden, tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki responden dalam penelitian ini mulai dari SD, SMP, SMA, D3, S1 sampai S2. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir responden berhubungan dengan pengambilan keputusan responden dalam membayar zakat. Rata-rata jumlah responden yang memilih pada lembaga zakat adalah perguruan tinggi S1 dengan jumlah 56% responden. Tingkat pendidikan terakhir yang memilih membayar zakat melalui lembaga didominasi tingkat perguruan tinggi S1 sampai S2.

Sedangkan responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat

tingkat pendidikan tertinggi adalah SMA sederajat dengan jumlah responden 52,3%. Hal ini membuktikan bahwa tingkat pendidikan terakhir yang memilih membayar melalui lembaga hanya tingkat SMA/Sederajat dibandingkan dengan yang membayar zakat melalui lembaga zakat dengan tingkat pendidikan lebih tinggi yaitu S1.

Pendapatan responden adalah pendapatan yang dihasilkan setiap bulannya oleh responden penghasilan pada penelitian ini dimulai dari pendapatan sudah mencapai nisab zakat dengan nisab zakat harga emas pada saat penelitian berlangsung yaitu Rp 500.000 atau kurang lebih sekitar Rp 3.600.000 perbulan atau lebih.

Dilihat dari pendapatan responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat maupun non lembaga zakat adalah responden dengan rata-rata pendapatan Rp 3.600.000 sampai dengan Rp 5.600.000 dengan jumlah responden sebanyak 87% yang memilih melalui lembaga zakat dan melalui non lembaga zakat sebanyak 79% responden.

Pengeluaran pada penelitian ini adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh responden setiap bulannya dengan pendapatan yang diterima oleh responden. Pengeluaran responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat lebih banyak dengan pengeluaran tertinggi Rp 3.000.001-Rp 4.000.000 dengan jumlah 29,7% responden, kedua pengeluaran Rp 4.000.001-Rp 5.000.000 dengan jumlah 25,4% responden, yang ketiga Rp 2.000.001-Rp 3.000.000 dengan jumlah 22% responden, yang keempat adalah Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 dengan jumlah 14,2% responden dan yang kelima adalah lebih dari Rp 5000.001 sebanyak 9% responden dengan rata-rata pendapatan Rp 3.600.000-Rp 5.600.000.

Sedangkan pada pemilihan non lembaga zakat responden lebih banyak pada pengeluaran tertinggi pertama adalah Rp 2.000.001-Rp 3.000.000 dengan jumlah 38,9% responden, yang kedua adalah Rp

1.000.000- Rp 2.000.000 dengan jumlah 31,8% responden, yang ketiga adalah Rp 4.000.001-Rp 5.000.000 dengan jumlah 12,4% responden yang keempat Rp 3.000.001- Rp 4.000.000 dengan jumlah 13 11,5% responden, yang kelima adalah lebih dari Rp 5.000.0000 dengan jumlah 5,4% responden.

### **Karakteristik Responden berdasarkan Sikap.**

Keluarga dalam penelitian ini adalah keluarga dari responden yaitu orang tua, saudara, kakak atau adik yang mempengaruhi keputusan responden dalam membayar zakat sehingga sikap yang responden ambil karena mengikuti yang dilakukan oleh keluarga.

Sebanyak 69,3% responden pada pilihan cara membayar zakat melalui lembaga dan 72% responden pada pilihan membayar zakat melalui non lembaga zakat dipengaruhi keluarga dalam memutuskan pembayaran zakat. Hal ini menggambarkan bahwa keluarga berpengaruh besar terhadap pembentukan sikap responden dalam mengambil keputusan membayar zakat.

Pemahaman dan pembelajaran dalam penelitian ini adalah pembelajaran dan pemahaman tentang zakat yang didapat oleh responden dari keluarga responden atau pendidikan lain. 96% responden menjawab Ya dari yang memilih membayar melalui lembaga zakat dan 93% responden yang menjawab Ya dari yang membayar zakat melalui non lembaga zakat atas pertanyaan pemahaman dan pembelajaran mempengaruhi cara membayar zakat. Hal ini membuktikan bahwa perlakuan, pendidikan, pemahaman yang diterapkan kepada responden menentukan sikap dalam memilih cara membayar zakat.

Lingkungan dalam penelitian ini adalah lingkungan yang berada disekitar responden tetangga, teman dan lingkungan tempat bekerja. Sehingga apakah lingkungan tersebut dapat mempengaruhi keputusan responden dalam menentukan sikap memilih cara membayar zakat. Jawaban responden Ya dengan 73

responden atau 80,3% yang memilih membayar zakat melalui lembaga dan 89 responden atau 78,7% responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga. Hal ini membuktikan bahwa teman ataupun lingkungan tempat bekerja menjadi masukan dan pertimbangan bagi muzakki dalam memutuskan membayar zakat

Dari pengaruh keluarga dan lingkungan yang dijelaskan di atas dapat dibandingkan bahwa sikap responden dalam memilih membayar zakat melalui lembaga zakat ditentukan oleh lingkungan dengan jumlah persentase sebesar 80,3%, dan sikap responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat ditentukan juga oleh lingkungan dengan nilai persentase sebesar 78,7%.

Keyakinan dalam penelitian ini adalah keyakinan responden terhadap cara yang telah dipilih, hal ini berhubungan dengan tingkat perasaan responden terhadap pilihannya dengan menuliskan alasan dari responden.

Responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat maupun melalui non lembaga zakat menjawab Ya dengan keyakinan terhadap pilihan cara membayar zakat yang telah dipilih dengan jumlah 99,9% responden dengan 1% responden memilih tidak pada responden yang membayar zakat melalui lembaga dengan alasan sudah tepat sasaran, penyalurannya tepat dan dapat dipercaya, karena melalui lembaga yang mengelolanya, lebih terkoordinir, dan karena sudah ditegaskan dalam ayat 60 Qs. At Taubah.

Adapun responden yang memilih membayar dengan cara membayar melalui non lembaga zakat adalah sebanyak 97,4% responden dengan alasan karena sudah terbiasa dengan cara yang dipilih, menemtramkan hati, karena sudah tepat sasaran, karena sesuai dengan Al-Quran, langsung diterima oleh yang berhak, masih banyak dilingkungan yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap responden dalam memilih cara membayar zakat ditentukan oleh keyakinan responden

terhadap pilihannya dengan alasan dan juga terlihat dari alasan tersebut bahwa responden yang membayar zakat melalui non lembaga memiliki pengetahuan zakat lebih tinggi dibandingkan dengan responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat.

Kepuasan dan kenyamanan dalam penelitian ini adalah perasaan puas dan nyaman terhadap pelayanan, transparansi, kemudahan, untuk menunaikan kewajiban yang dimiliki responden terhadap cara membayar zakat yang telah dipilih responden. Responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat menyatakan Ya dengan perasaan puas dan nyaman terhadap cara membayar zakat yang dipilih dengan 97,8% responden dengan alasan zakat lebih terkoordinir, karena ada petugas yang mengelolanya, karena pada badan yang resmi, percaya pada pengelola zakat, karena percaya dan yakin pada BAZNAS, lebih simpel, dan transparan.

Adapun responden yang memilih membayar dengan cara melalui non lembaga zakat yakni sebesar 73,4% responden. Alasan yang diutarakan karena ada ijab dan qabulnya, bisa langsung memberi pada yang berhak, lebih jelas untuk sikapnya dan merasa puas, karena responden merasa lebih tahu siapa yang berhak menerima zakat yang berada dilingkungannya, karena merasa sudah melaksanakan perintah Allah, karena bisa memberi disekitar rumah.

Dari alasan yang dikemukakan oleh responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat terlihat bahwa kepuasan karena sudah memberi amanah kepada lembaga zakat menggambarkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap lembaga cukup baik. Adapun responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat dengan alasan karena ketidakpercayaan terhadap lembaga sangat tinggi dan informasi mengenai lembaga zakat dan pengelolaan didalamnya pun tidak banyak diketahui responden. Hal ini menunjukkan bahwa sikap responden dalam

memilih cara membayar zakat ditentukan kepuasan dan kenyamanan responden.

Konsistensi dalam penelitian ini adalah ingin melihat tingkat kesetiaan atau konsistensi responden terhadap pilihan cara membayar zakat yang telah dipilih oleh responden, dengan menanyakan apakah setiap kali membayar zakat selalu dengan cara yang sama, 78% responden melakukan cara yang sama setiap membayar zakat dengan alasan karena kebiasaan, agar istiqamah dalam syariat Islam, petugas yang mengelola sudah terpercaya, tidak ada unsur korupsi, dan dipotong dari gaji bulanan. Dan 22% menjawab tidak dengan alasan tidak responden selalu membayar melalui lembaga zakat.

Sedangkan responden yang memilih membayar zakat tidak melalui lembaga sebesar 78,7% responden dengan alasan mengikuti cara dilingkungan, karena tidak ada lembaga pengelola zakat dilingkungan rumah, tradisi, lebih mudah, dan sudah terbiasa. Yang menjawab Tidak 31,3% responden dengan alasan kadang-kadang sama kadang-kadang tidak. Dalam hal ini unsur kepercayaan terhadap lembaga sangat menentukan sikap apakah responden tersebut pemilihan cara membayar zakat.

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Zakat.**

Karakteristik responden berdasarkan pengetahuan tentang zakat ini adalah untuk mengetahui pengetahuan responden tentang zakat, dalam penelitian ini yang termasuk pengetahuan zakat adalah informasi yang didapat oleh responden tentang zakat, macam-macam zakat yang dibayar oleh responden, besaran zakat yang dikeluarkan responden setiap bulannya, perhitungan zakat, orang yang berhak menerima zakat, syarat-syarat harta yang wajib dizakati, tujuan zakat, dan cara pengelolaan zakat.

Informasi tentang macam-macam zakat yang biasa dibayar dalam penelitian ini adalah macam-macam zakat seperti zakat profesi, zakat penghasilan, zakat perdagangan, zakat pertanian, zakat



tanaman dan buah-buahan, zakat peternakan, zakat harta temuan dan zakat fitrah. Dalam macam-macam zakat disini responden diberikan kesempatan untuk memilih lebih dari satu jawaban terhadap zakat yang biasa dibayar responden, informasi macam-macam zakat ini juga dapat menggambarkan pengetahuan tentang macam-macam zakat yang diketahui oleh responden.

Responden lebih banyak membayar zakat profesi dengan jumlah 83,2% responden dengan memilih membayar zakat dengan melalui lembaga zakat dan responden non lembaga zakat lebih banyak dengan pilihan zakat lainnya yaitu sebanyak 37,2% responden. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pekerjaan responden dan tingkat pendidikan terakhir responden mempengaruhi pengetahuan responden tentang zakat ditunjukkan pada responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat didominasi oleh pekerjaan PNS dengan tingkat pendidikan tertinggi S1 dan zakat yang biasa dibayarpun adalah zakat profesi. Adapun pada responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat dengan jenis pekerjaan yang paling tinggi adalah pedagang dengan tingkat pendidikan SMA sederajat menyebutkan zakat yang biasa dibayarkan adalah zakat perdagangan.

Disini artinya bahwa responden yang membayar zakat melalui lembaga adalah memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang zakat dan macam-macam zakatnya sedangkan responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat memiliki pengetahuan yang kurang baik tentang zakat dan macam-macam yang biasa dibayar.

Pengeluaran zakat perbulan dalam penelitian ini adalah pengeluaran yang biasa dikeluarkan oleh responden setiap bulannya, dalam pengeluaran zakat perbulan merupakan bentuk informasi yang didapat dari responden kisaran berapa zakat yang biasa dibayar oleh responden. Rata-rata responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat adalah kisaran Rp

100.000 sampai dengan Rp 200.000 per bulan dengan jumlah responden 41% responden. Sama halnya responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat memiliki kisaran pengeluaran zakat sebesar Rp 100.000 sampai dengan Rp 200.000 per bulan dengan jumlah 34,6% responden atau sekitar Rp 1000.000 sampai Rp 2.000.000 pertahun sedangkan tingkat yang kedua adalah kurang dari Rp 100.000 perbulan dengan jumlah responden yang membayar zakat melalui lembaga sebanyak 40,7% sedangkan melalui non lembaga sebesar 43,6% responden. Ketiga kisaran Rp 200.001-Rp 300.000 dengan jumlah responden 14,3% yang membayar zakat melalui lembaga dan 9,7% responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat. Sedangkan yang yang keempat Rp 300.001-Rp 400.000 berjumlah 2,3% responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat dan 15% responden yang membayar zakat melalui non lembaga. Yang kelima Rp 400.001-Rp 500.000 responden berjumlah 0% artinya responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat tidak ada yang memilih dalam penelitian ini sedangkan 7% responden atau yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat. Yang kelima lebih dari Rp 500.000 dengan jumlah responden hanya 1% dan 2,7% responden atau yang memilih membayar zakat non melalui lembaga. Melihat pengeluaran zakat responden setiap bulannya menunjukkan bahwa potensi lebih tinggi berada pada responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga zakat.

Pengetahuan mengenai pendapat responden perlu atau tidak membayar zakat melalui lembaga zakat menurut masing-masing responden yang membayar melalui lembaga maupun lembaga zakat dengan menyebutkan alasan masing-masing. Dari hasil penelitian menunjukkan 91% dari responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat menyatakan perlu membayar zakat melalui lembaga zakat dengan alasan agar dikelola

dengan baik, lebih terkoordinir, agar pendistribusiannya merata, lebih terprogram, untuk sentralisasi zakat, agar tersalurkan pada mustahik, dan lebih aman. Dan yang menjawab tidak 18% responden dengan alasan belum yakin dengan lembaga zakat.

Begitupun responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat menyatakan tidak perlu membayar zakat melalui lembaga yaitu sebanyak 76,2% responden dengan alasan kurang percaya dengan lembaga zakat dan masih banyak mustahik yang berada dilingkungan yang lebih membutuhkan karena khawatir ada zakat yang tidak tersalurkan. Selain itu responden merasa repot dan khawatir zakat tidak sampai pada orang yang tepat, serta merasa lembaga zakat tidak transparan dan terpercaya. Dan sebanyak 23,8% memiliki alasan karena dilingkungan rumahnya tidak ada lembaga zakat dan jarak tempuh lembaga zakat yang cukup jauh.

Informasi zakat dalam penelitian ini untuk mengetahui dari mana responden mengetahui informasi mengenai zakat, melalui media cetak, melalui iklan di televisi, melalui info dari keluarga, melalui info dari tetangga dan lainnya, lainnya dalam penelitian ini responden dapat menyebutkan dari mana ia mendapat informasi mengenai zakat dan dapat memilih lebih dari satu pilihan jawaban.

Pilihan terbesar adalah 30,7% responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat mendapat informasi dari lainnya yaitu melalui sosialisasi BAZNAS, dinas, tempat bekerja, organisasi. Hal samapun terjadi pada pemilihan non lembaga zakat didominasi oleh responden yang memilih informasi lainnya sebesar 27% responden menyebutkan mendapat informasi melalui Al Quran dan hadist, guru, ustadz, pengajian, majlis ta'lim, belajar, alim ulama.

Perhitungan zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan responden tentang pengetahuan

perhitungan zakat terhadap zakat yang telah dibayar responden.

Rata-rata responden telah mengetahui cara perhitungan zakat terbukti dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 100% responden yang memilih membayar zakat dilembaga zakat menyatakan mengetahui cara perhitungan zakat dengan rata-rata jawaban yang disebutkan oleh responden adalah 2,5% dari penghasilan.

Responden yang membayar zakat melalui non lembaga mengetahui cara perhitungan zakat dengan jumlah 81% responden dengan rata-rata jawaban yang disebut responden adalah 2,5% dari pendapatan, 10% atau 5% dari zakat pertanian, setiap dapat penghasilan dikeluarkan 2,5%. Hal ini bahwa pengetahuan menentukan cara membayar zakat yang akan dipilih responden. Pengetahuan tentang perhitungan responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat lebih besar dibandingkan dengan pengetahuan responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat.

Pengetahuan tentang orang-orang yang wajib menerima zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah responden mengetahui orang-orang yang berhak menerima zakat, dengan harapan jawaban 8 asnaf yang telah ditentukan dalam Al Quran surat At Taubah ayat 60 yaitu fakir, miskin, ibnu sabil, fisabilillah, gharimin, amil, riqob, dan mualaf. 99% responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat menjawab ya dengan pengetahuan orang yang berhak menerima zakat dengan masing-masing menyebutkan jawabanya yaitu 8 asnaf, fakir, miskin, fisabilillah, yatim, gharimin, ibnu sabil, jompo.

Responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga memiliki jawaban yang sama yaitu sebesar 93,8% menjawab ya terhadap pengetahuan tentang orang-orang yang berhak menerima zakat dengan masing-masing menyebutkan jawabannya yaitu, fakir, miskin, jompo, janda tua, anak yatim, fisabilillah, guru

mengaji, dhuafa, masjid, mualaf. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang orang-orang yang berhak wajib menerima zakat lebih banyak yang mengetahui 8 asnaf adalah responden yang membayar zakat melalui lembaga. Hal tersebut menyatakan bahwa pengetahuan terhadap orang-orang yang berhak menerima zakat mempengaruhi cara membayar zakat yang dipilih dengan responden menyebutkan jawaban dengan berbeda-beda.

Pengetahuan tentang syarat-syarat harta yang wajib dizakati dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang batasan syarat-syarat yang sudah mencapai wajib dizakati, dengan harapan jawaban sudah sampai nisab dan haul dari harta tersebut. Jawaban responden terhadap pengetahuan tentang syarat-syarat harta yang wajib dizakati rata-rata responden memilih jawaban ya dengan persentase 92,4% pada responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat dengan 85% pada responden yang memilih zakat melalui non lembaga zakat dengan rata-rata responden menyebutkan jawaban tersebut yaitu sudah sampai nisab dan haul.

Pengetahuan tentang tujuan zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah responden mengetahui tujuan zakat terhadap responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga zakat dan melalui non lembaga zakat. Jawaban responden terhadap tujuan zakat adalah ya dengan masing-masing persentase yang berbeda lembaga zakat berdasarkan pengetahuan tentang pengelolaan zakat 97,8% responden pada responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga dengan menyebutkan jawaban untuk membersihkan harta, untuk pemerataan, mensejahterakan fakir miskin, menolong sesama, menunaikan rukun Islam yang ke 4.

Kemudian 95% responden pada responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat dengan menyebutkan jawaban untuk membersihkan harta, kewajiban agama, untuk memberi kepada

yang membutuhkan, dan menunaikan rukun Islam yang ke 4.

Pengetahuan tentang pengelolaan zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan responden tentang pengelolaan zakat yang diketahui oleh responden. 67% responden responden yang membayar zakat melalui lembaga menjawab ya terhadap pengetahuan membayar zakat dengan menyebutkan jawabannya yaitu dikelola oleh amilin BAZNAS, 1. menunaikan melalui amilin 2. Dikelola oleh amilin 3 didistribusikan kepada 8 asnaf dengan produktif maupun konsumtif. Sedangkan 51,4% responden pada jawaban responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga dengan jawaban yang disebutkan responden yaitu dikelola oleh amil.

#### **Uji Reliabilitas dan Validitas**

Uji reliabilitas dari masing-masing faktor menggunakan Crombach's Alpha. Kuisisioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar  $>0,5$ . Dari hasil pengujian maka semua instrumen dikatakan reliabel karena nilai koefisien *Cronbach Alpha* diperoleh lebih besar dari 0,5 ( $\alpha \geq 0,5$ ) yaitu sebesar 0,764 (Faktor Budaya), 0,785 (Faktor Sosial), 0,695 (Faktor Pribadi), 0,797 (Faktor Psikologi). Dengan demikian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini cukup handal dalam mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diteliti dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Uji validitas dilakukan untuk menguji kuisisioner layak dan digunakan sebagai instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria dari validitas yaitu bila koefisien korelasi masing-masing pernyataan dengan *nilai Corrected Item Total Correlation* lebih besar atau sama dengan nilai *r* tabel. Maka dinyatakan valid (nilai *r* tabel dengan responden 30 orang adalah 0,361).

Dari hasil pengolahan data bahwa koefisien korelasi dari 50 butir pertanyaan yang ada, dikatakan 26 yang valid dengan skor  $> 0,361$  dan dapat diolah lebih lanjut.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis faktor dengan bantuan *software SPSS Versi 20 for Windows*. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan tahapan demi tahapannya.

### **Analisis Faktor Muzakki yang Membayar melalui Lembaga Zakat**

Analisis faktor lembaga zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam mengambil keputusan membayar zakat.

Langkah pertama dari pengolahan analisis faktor adalah menilai variabel yang dianggap layak dan telah diuji validitasnya untuk dimasukkan kedalam analisis selanjutnya. Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS 20 diperoleh output hasil pengolahan yaitu dua nilai KMO yaitu KMO untuk lembaga zakat dan KMO untuk non lembaga zakat.

Dari hasil pengolahan data diperoleh angka *Kaiser mayer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) sebesar 0,671 lembaga zakat dan 0,650 untuk non lembaga zakat, hasil ini termasuk pada hasil yang baik mengingat angka ini sudah diatas 0,5. Nilai *Bartlett's Test of Sphericity* mempunyai nilai 392.081 pada lembaga zakat dan 451.541 pada non lembaga zakat dengan nilai signifikasi 0,000. Nilai ini berarti bahwa faktor pembentuk variabel sudah cukup dan bisa dianalisis lebih lanjut.

Proses Ekstraksi merupakan proses inti dari analisis faktor, yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang telah lolos pada uji validitas sebelumnya, sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Metode ekstraksi *principal Component Analisis* (PCA), dengan tingkat *Eigenvalues over = 1*, yang artinya dengan angka *eigenvalues* dibawah 1 akan dikeluarkan. Dari ekstraksi ini didapat tabel *Communaliti* tabel *Total Variance Explained*, tabel *Component Matrix* sebagai berikut:

**Tabel 3. Nilai Communalities**

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
Budaya ditanamkan	1.000	.660
Budaya mengajarkan	1.000	.504
Budaya menyesuaikan	1.000	.848
Pekerjaan	1.000	.601
Prestasi	1.000	.495
Interaksi	1.000	.740
Kepemilikan	1.000	.708
Gaya.hidup	1.000	.525
Keluarga	1.000	.684
Komunikasi	1.000	.815
Kelompok.acuan	1.000	.707
Pengetahuan	1.000	.609
Motivasi	1.000	.739
Keyakinan	1.000	.774

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

Nilai *initial* merupakan varian variabel sebelum dilakukan ekstrak. Semua nilai *initial* bernilai 1, hal ini berarti bahwa sebelum dilakukan ekstraksi variabel tersebut 100% membentuk faktor tersebut, karena faktor sebelumnya dilakukan ekstraksi adalah sama dengan variabel. Nilai *extraction* menggambarkan besar persentase varian sesuai variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk variabel budaya yang menyesuaikan, mempunyai nilai *extraction* tertinggi yaitu sebesar 0,848. Hal ini berarti 84,4% varian variabel budaya menyesuaikan akan terbentuk. Kemudian untuk variabel budaya ditanamkan 66%, budaya megajarkan 50,4%, pekerjaan 60%, interaksi 74% kepemilikan 70,8%, gaya hidup 52,5% keluarga 68,4%, komunikasi 81,5%, kelompok acuan 70,7%, pengetahuan 60,9%, motivasi 73,9%, keyakinan 77,4% dan variabel prestasi mempunyai nilai *extraction* terendah 0,495. Hal ini berarti 49,5% varian dari variabel gaya hidup dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk dan variabel semakin besar nilai *communalities* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan faktor yang nantinya akan terbentuk. Selanjutnya

berdasarkan pengolahan data SPSS 20 didapat hasil bahwa 14 variabel yang digunakan dalam penelitian ini akan dikelompokkan dalam 5 faktor.

Berdasarkan output *total variance explained* dapat diketahui bahwa:

- a. Faktor pertama yang mempunyai *eigenvalue* sebesar = 3,844, varian sebesar 27,457%
- b. Faktor kedua mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.797, varian sebesar 12,833%
- c. Faktor ketiga mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.459, varian sebesar 10,419%
- d. Faktor keempat mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.208, varian sebesar 8,626%
- e. Faktor kelima mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.101, varian sebesar 7,862%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor 1 mampu menjelaskan seluruh varian sebesar 27,457%, faktor 2 menjelaskan seluruh varian sebesar 12,833%, faktor 3 menjelaskan seluruh varian sebesar 10,419%, faktor 4 menjelaskan seluruh varian sebesar 8,626%, dan faktor 5 menjelaskan seluruh varian sebesar 7,862%. Adapun berdasarkan kumulatif seluruh faktor dapat menjelaskan varian sebesar 67,197%.

Setelah didapat 5 faktor adalah jumlah yang paling optimal, analisis selanjutnya dilakukan pada *component matrix* yang menunjukkan distribusi 14 variabel pada 5 faktor yang terbentuk. Angka-angka pada *component matrix* merupakan *factor of loading* yang menunjukkan besar kolerasi antara suatu variabel dengan faktor pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima. Proses penentu variabel asal kedalam faktor dilakukan dengan membandingkan besar kolerasi tiap baris yang didasarkan pada angka mutlak *factor of loading* yang diberikan setiap variabel terhadap masing-masing faktor.

Berdasarkan hasil penelitian untuk *component matrix*, masih ada beberapa variabel yang tidak terlihat perbedaan

nyata pada nilai *loading factor*, sehingga sulit untuk menentukan variabel tersebut termasuk faktor yang mana. Hal ini terlihat dari masih ada nilai *loading factor* yang di bawah 0,5, yaitu pada variabel gaya hidup. Padahal syarat suatu variabel masuk kedalam suatu faktor, nilai *loading factor* harus di atas 0,5. Untuk melihat perbedaan yang nyata pada nilai *loading factor* dari setiap variabel, maka harus dilakukan proses rotasi. Rotasi dalam penelitian ini adalah rotasi dengan metode *Varimax*, yang bertujuan untuk memperbesar nilai *loading factor* yang dulunya memang sudah besar dan memperkecil nilai *loading factor* yang dulunya memang sudah kecil, sehingga diperoleh distribusi *loading factor* yang lebih jelas dan nyata.

Setelah dilakukan rotasi, maka dapat dengan mudah menentukan variabel-variabel mana yang akan masuk kelima faktor tersebut. Dari *rotated komponen matrix* kita melihat bahwa variabel yang termasuk dalam *component 1* yaitu variabel keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan, dan motivasi. Dengan nilai *factor of loading* masing-masing variabel sebesar 0,850, 0,842, 0,752, 0,595, 0,540, dan 0,534. Hal ini berarti, bahwa variabel tersebut mempunyai kolerasi yang tinggi terhadap faktor 1, kemudian untuk *component 2* yaitu variabel interaksi, budaya mengajarkan, prestasi, dan pekerjaan dengan nilai *factor of loading* masing-masing variabel sebesar 0,732, 0,678, 0,574, dan 0,568, kemudian untuk *component 3* yaitu gaya hidup dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,534, kemudian untuk *component 4* yaitu budaya yang ditanamkan dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,808 dan untuk *component 5* yaitu budaya menyesuaikan dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,883.

Hasil analisis faktor adalah 14 variabel yang diteliti melalui analisis faktor dengan metode ekstraksi *principle component analysis* yang direduksi menjadi 5 faktor dimana variabel-variabel keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan, dan

motivasi, yaitu faktor 1, interaksi, prestasi, dan pekerjaan yaitu faktor 2, pekerjaan adalah faktor 3, budaya mengajarkan yaitu faktor 4, dan budaya menyesuaikan yaitu faktor 5.

Faktor pertama didapatkan persamaan matematis sebagai berikut:

$$F_1 = 0,850 \text{ Keyakinan} + 0,842 \text{ Komunikasi} + 0,752 \text{ Keluarga} + 0,595 \text{ Pengetahuan}_2 + 0,540 \text{ Kelompok acuan} + 0,534 \text{ Motivasi}$$

Faktor pertama ini memiliki *eigenvalue* sebesar 3,844, sehingga dapat disimpulkan bahwa ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat, faktor 1 ini dapat mempengaruhi keragaman data sebesar 27.457%.

Keyakinan adalah keadaan dimana seseorang meyakini terhadap keputusan yang dipilih, dari hasil kuisisioner memperlihatkan bahwa 85% responden mengambil keputusan atas dasar keyakinan, faktor ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi sehingga menjadi daya tarik utama pengambilan keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini dapat diartikan bahwa ada sekelompok muzakki yang membayar zakat melalui lembaga zakat adalah orang yang meyakini terhadap setiap keputusan yang dipilih, yang selalu menjadikan pengalaman sebuah pembelajaran dalam meyakinkan keputusan yang dipilih, orang yang tidak pernah memihak pada situasi apapun, sehingga dengan keyakinan yang dimiliki dan pengalaman yang selalu dijadikan pembelajaran sehingga muzakki ini memutuskan membayar zakat melalui lembaga zakat.

Komunikasi dalam penelitian ini adalah komunikasi yang termasuk dalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Komunikasi disini juga komunikasi yang berhubungan interaksi langsung dengan orang lain yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat, sehingga orang yang membayar zakat

melalui lembaga zakat menyukai komunikasi secara langsung.

Keluarga merupakan organisasi kecil yang penting dalam mempengaruhi anggotanya yang bersumber dari orang tua, suami atau istri, anak, saudara. Dalam penelitian ini keluarga memiliki peran dalam mengambil setiap keputusan sehingga dapat dilihat pribadi seseorang terhadap kedekatannya dengan keluarga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 75% dari responden yang memilih membayar zakat melalui lembaga merupakan responden yang selalu mendiskusikan setiap keputusannya bersama keluarga.

Dalam penelitian ini pengetahuan termasuk dalam faktor psikologi yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang. Pengetahuan dalam hal ini adalah responden selalu mendapat informasi melalui televisi, artinya responden lebih menyukai mendapat informasi-informasi dari televisi, kemudian Informasi baru akan merubah keputusan responden artinya bahwa apabila responden mendapat informasi baru dapat merubah keputusan yang lama. Dapat disimpulkan bahwa responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat adalah responden yang sering mendapat informasi melalui televisi dan orang yang dapat merubah keputusan lamanya ketika mendapat informasi baru yang diterima.

Kelompok acuan adalah orang atau kelompok orang yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu (Engel, Blackwell, 1994: 166). Dalam penelitian ini kelompok acuan termasuk dalam faktor pribadi meliputi kepercayaan diri ketika bersama teman-teman dan menyukai persaingan. Dapat diambil kesimpulan bahwa orang yang membayar zakat melalui lembaga zakat merupakan orang yang merasa percaya diri dengan kelompoknya, dan orang yang menyukai persaingan.

Motivasi adalah keadaan yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini motivasi dari

responden adalah motivasi atas keinginannya dimasa depan membuat bersemangat dalam mengerjakan sesuatu artinya bahwa orang tersebut selalu melihat keuntungan dan manfaat dimasa depan sehingga ia bersemangat untuk mengerjakannya, sehingga orang yang membayar zakat melalui lembaga zakat adalah orang yang selalu melihat manfaatnya dimasa depan.

$F_2 = 0,732$  interaksi +  $0,678$  budaya mengajarkan +  $0,574$  Prestasi +  $0,568$  Pekerjaan

Interaksi adalah hubungan antara satu orang dengan yang lainnya, dalam penelitian ini 73,2% interaksi dapat menjadi faktor kedua yang dapat menjelaskan pada keputusan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Interaksi disini adalah kemudahan seseorang dalam bersosialisasi dengan lingkungan baru dan selalu berinteraksi dengan orang banyak, orang yang mengambil keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat adalah orang yang mudah bersosialisasi dengan lingkungan baru dan orang yang selalu berinteraksi dengan orang banyak.

Budaya dipelajari adalah alih-alih manusia belajar norma mereka melalui peniruan (*imitation*) atau dengan mengamati proses (Engel, Blackwell, 1994: 71). Dalam penelitian ini dijelaskan dengan pernyataan bahwa orang tersebut selalu menerapkan budaya tolong-menolong dilingkungannya dan orang tersebut selalu menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya artinya pernyataan tersebut menggambarkan norma mereka terhadap budaya yang telah diterapkan dilingkungannya. Dari hasil kuisisioner bahwa budaya 67,8% menyatakan bahwa orang yang membayar zakat melalui lembaga zakat selalu menerapkan budaya tolong-menolong dilingkungannya dan selalu menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya.

Prestasi merupakan keunggulan yang dimiliki seseorang yang menggambarkan kelas sosial seseorang,

dengan pernyataan dibutuhkan dimanapun menjelaskan bahwa orang tersebut selalu dibutuhkan oleh lingkungannya dimanapun berada. Sehingga faktor kedua yang menjadi penentu orang membayar zakat melalui lembaga zakat adalah orang yang selalu dibutuhkan oleh lingkungannya dimanapun berada dan berada dikelas sosial yang cukup tinggi.

Pekerjaan merupakan salah satu faktor kedua yang mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dapat mempengaruhi keputusan dan dapat menggambarkan kelas sosial seseorang dengan pernyataan dalam kuisisioner berikut, ditempatkan pada posisi yang tinggi dalam pekerjaan, menyukai profesi kerja saat ini. 56,8% responden menyatakan bahwa pekerjaan mempengaruhi keputusan membayar zakat. Sehingga orang yang membayar zakat melalui lembaga adalah orang yang memiliki posisi pekerjaan kerja tinggi, dan orang yang menyukai pekerjaannya.

$F_3 = 0,534$  Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup yang dimiliki seseorang sehingga berdampak pada keseharian individu tersebut, gaya hidup mempengaruhi cara membayar zakat melalui lembaga zakat, faktor ini memiliki nilai 0,534 atau 53,4% dengan pernyataan bahwa pergi keluar kota untuk berlibur, sehingga dapat digambarkan bahwa orang yang membayar zakat melalui lembaga zakat merupakan orang yang cenderung memperhatikan gaya hidupnya karena orang tersebut sering melihat informasi diberbagai daerah yang dikunjungi karena dia sering pergi keluar kota untuk berlibur dengan posisi dalam faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat.

$F_4 = 0,761$  Budaya Ditanamkan

Yang menjadi faktor keempat yang mempengaruhi keputusan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat adalah budaya ditanamkan artinya budaya diteruskan dari satu generasi kegenerasi lainnya. (Engel, Blackwell, 1994: 72).

Sehingga pernyataan dalam kuisioner adalah mementingkan hukum adat maksudnya adalah orang tersebut selalu mementingkan hukum adat atau hukum lain yang berlaku dilingkungkannya karena meneruskan budaya dari generasi terdahulu. Sehingga orang yang mengambil keputusan membayar zakat melalui lembaga adalah orang yang selalu mementingkan budaya atau hukum yang berlaku dilingkungkannya.

$F_5 = 0,846$  Budaya Menyesuaikan

Faktor kelima adalah Budaya bersifat menyesuaikan yaitu suatu wujud yang melayani manusia didalam upaya memenuhi kebutuhan biologis dan sosial dasar dari masyarakat (Engel, Blackwell, 1994: 72). Sehingga pernyataan dalam kuisioner untuk menggambarkan budaya bersifat menyesuaikan terhadap kebutuhan biologis dan sosial seseorang adalah menghormati orang yang lebih tua, menyukai bahasa sopan dan santun dan mudah bergaul dan ramah. Orang yang mengambil keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat adalah orang yang selalu menghormati yang lebih tua, menyukai kesopanan dan kesantunan. Dengan menempati posisi faktor yang kelima.

#### **Analisis Faktor Muzakki yang Membayar melalui Non Lembaga Zakat**

Analisis faktor non lembaga zakat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam mengambil keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat.

Angka *Kaiser mayer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) sebesar 0,671 lembaga zakat dan 0,650 untuk non lembaga zakat, hasil ini termasuk pada hasil yang baik mengingat angka ini sudah diatas 0,5. Nilai *Bartlett's Test of Sphericity* mempunyai nilai 392.081 pada lembaga zakat dan 451.541 pada non lembaga zakat dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai ini berarti bahwa faktor pembentuk variabel sudah cukup dan bisa dianalisis lebih.

Berdasarkan nilai komunalitas untuk variabel budaya mengajarkan, mempunyai nilai *extraction* tertinggi yaitu sebesar 0,81,6. Hal ini berarti 81,6% varian variabel keyakinan akan terbentuk. Kemudian untuk variabel budaya ditanamkan 47,5%, budaya mengajarkan 60,2%, pekerjaan 58,4%, interaksi 65,5%, komunikasi 79,8% kepemilikan 65,4%, gaya hidup 63,6% keluarga 64,7%, kelompok acuan 66,9%, pengetahuan 55,5%, motivasi 73,3%, keyaninan 75,7% dan variabel prestasi mempunyai nilai *extraction* terendah 0,378. Hal ini berarti 37,8% varian dari variabel prestasi dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Dan variabel semakin besar nilai *communalities* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan faktor yang nantinya akan terbentuk.

Selanjutnya berdasarkan pengolahan data SPSS 20.0 didapat hasil bahwa 14 variabel yang digunakan dalam penelitian ini akan dikelompokkan dalam 5 faktor sebagai berikut:

- Faktor pertama yang mempunyai *eigenvalue* sebesar = 3,652, varian sebesar 26,084%
- Faktor kedua mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.760, varian sebesar 12,573%
- Faktor ketiga mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.321, varian sebesar 9,434%
- Faktor keempat mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.149, varian sebesar 8,209%
- Faktor kelima mempunyai nilai *eigenvalue* sebesar = 1.076, varian sebesar 7,684%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor 1 mampu menjelaskan seluruh varian sebesar 26,084%, faktor 2 menjelaskan seluruh varian sebesar 12,573%, faktor 3 menjelaskan seluruh varian sebesar 9,434%, faktor 4 menjelaskan seluruh varian sebesar 8,209%, dan faktor 5 menjelaskan seluruh varian sebesar 7,684%. Sedangkan berdasarkan kumulatif seluruh faktor dapat menjelaskan varian sebesar 63,983%



Analisis selanjutnya dilakukan pada *component matrix* yang menunjukkan distribusi 14 variabel pada 5 faktor yang terbentuk. Angka-angka yang terdapat pada tabel *component matrix* merupakan *factor of loading* yang menunjukkan besar kolerasi antara suatu variabel dengan faktor pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima. Proses penentu variabel asal kedalam faktor dilakukan dengan membandingkan besar kolerasi tiap baris yang didasarkan pada angka mutlak *factor of loading* yang diberikan setiap variabel terhadap masing-masing faktor.

Dalam Tabel *component matrix* ini, masih ada beberapa variabel yang tidak terlihat perbedaan nyata pada nilai *loading factor*, sehingga sulit untuk menentukan variabel tersebut termasuk faktor yang mana. Hal ini terlihat dari masih ada nilai *loading factor* yang di bawah 0,5, yaitu pada variabel Gaya hidup. Padahal syarat suatu variabel masuk ke dalam suatu faktor, nilai *loading factor* harus di atas 0,5. Untuk melihat perbedaan yang nyata pada nilai *loading factor* dari setiap variabel, maka harus dilakukan proses rotasi. Rotasi dalam penelitian ini adalah rotasi dengan metode *Varimax*, yang bertujuan untuk memperbesar nilai *loading factor* yang dulunya memang sudah besar dan memperkecil nilai *loading factor* yang dulunya memang sudah kecil, sehingga diperoleh distribusi *loading factor* yang lebih jelas dan nyata.

Setelah dilakukan rotasi, maka dapat dengan mudah menentukan variabel-variabel mana yang akan masuk kelima faktor tersebut. Dari *rotated komponen matrix* kita melihat bahwa variabel yang termasuk dalam component 1 yaitu variabel komunikasi, keyakinan, pengetahuan, keluarga, dan motivasi. Dengan nilai *factor of loading* masing-masing variabel sebesar 0,846, 0,803, 0,695, 0,668, dan 0,512. hal ini berarti, bahwa variabel tersebut mempunyai kolerasi yang tinggi terhadap faktor 1, kemudian untuk *component 2* yaitu variabel interaksi, dan motivasi dengan nilai *factor of loading* masing-masing variabel

sebesar 0,738 dan 0,654, kemudian untuk *component 3* yaitu pekerjaan dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,638, kemudian untuk *component 4* yaitu budaya mengajarkan dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,761 dan untuk *component 5* yaitu budaya menyesuaikan dengan nilai *factor of loading* sebesar 0,846.

Hasil analisis faktor adalah 14 variabel yang diteliti melalui analisis faktor dengan metode ekstraksi *principle component analysis* yang direduksi menjadi 5 faktor dimana variabel-variabel komunikasi, keyakinan, pengetahuan, keluarga, dan motivasi yaitu faktor 1, interaksi, dan motivasi yaitu faktor 2, pekerjaan adalah faktor 3, budaya mengajarkan yaitu faktor 4, dan budaya menyesuaikan yaitu faktor 5.

Faktor pertama didapatkan persamaan matematis sebagai berikut:

$$F_1 = 0,848 \text{ Komunikasi} + 0,803 \text{ Keyakinan} + 0,688 \text{ Pengetahuan} + 0,695 \text{ Keluarga}$$

Faktor pertama ini memiliki *eigenvalue* sebesar 3,844, sehingga dapat disimpulkan bahwa ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat, faktor 1 ini dapat mempengaruhi keragaman data sebesar 27.084%.

Komunikasi dalam penelitian ini adalah komunikasi yang termasuk dalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Komunikasi disini juga komunikasi yang berhubungan interaksi langsung dengan orang lain tidak melalui perantara. Sehingga orang yang membayar zakat melalui non lembaga zakat menyukai komunikasi secara langsung tidak melalui perantara, jadi orang yang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang lebih menyukai pembayaran langsung tidak melalui perantara.

Keyakinan adalah keadaan dimana seseorang meyakini terhadap keputusan yang dipilih, dari hasil kuisioner memperlihatkan bahwa 80,3% responden mengambil keputusan atas dasar keyakinan, sehingga faktor ini merupakan faktor yang

mempengaruhi pengambilan keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat. Hal ini dapat diartikan bahwa ada sekelompok muzakki yang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang meyakini bahwa membayar zakat secara langsung kepada mustahik berarti telah menyalurkan dana zakatnya dengan tepat.

Dalam penelitian ini pengetahuan termasuk dalam faktor psikologi yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang. Pengetahuan dalam hal ini adalah responden selalu mendapat informasi melalui televisi, artinya responden lebih banyak mendapat informasi-informasi dari televisi, kemudian Informasi baru akan merubah keputusan responden artinya bahwa apabila responden mendapat informasi baru dapat merubah keputusan yang lama. sehingga responden yang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah responden yang sering mendapat informasi melalui televisi dan orang yang dapat merubah keputusan lamanya ketika mendapat informasi baru yang diterima.

Keluarga merupakan organisasi kecil yang penting dalam mempengaruhi anggotanya yang bersumber dari orang tua, suami atau istri, anak, saudara. Dalam penelitian ini keluarga memiliki peran dalam mengambil setiap keputusan sehingga dapat dilihat pribadi seseorang terhadap kedekatannya dengan keluarga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 69,5% dari responden yang memilih membayar zakat melalui non lembaga merupakan responden yang selalu mendiskusikan setiap keputusannya bersama keluarga.

$F_2 = 0,733 \text{ interaksi} + 0,654 \text{ Motivasi} + 0,574$

Prestasi

Interaksi adalah hubungan antara satu orang dengan yang lainnya, dalam penelitian ini 73,3% intraksi dapat menjadi faktor kedua yang dapat menjelaskan pada keputusan dalam membayar zakat melalui non lembaga zakat. Interaksi disini adalah kemudahan seseorang dalam bersosialisasi

dengan lingkungan baru dan selalu berinteraksi dengan orang banyak, orang yang mengambil keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang mudah bersosialisasi dengan lingkungan baru dan orang yang selalu berinteraksi dengan orang banyak. Dalam variabel interaksi memiliki kesamaan posisi variabel dengan faktor kedua pada keputusan membayar zakat melalui lembaga yaitu pada faktor ke dua akan tetapi untuk melihat mana yang lebih berpengaruh, maka dapat dilihat dari nilai *mean*, keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat memiliki nilai 1.7912 dan non lembaga zakat sebesar 1.8319 sehingga faktor kedua dengan variabel interaksi yang sangat berpengaruh adalah interaksi terhadap pembayaran zakat melalui non lembaga zakat.

Motivasi adalah keadaan yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini motivasi dari responden adalah motivasi atas keinginannya dimasa depan membuat bersemangat dalam mengerjakan sesuatu artinya bahwa orang tersebut selalu melihat keuntungan dan manfaat dimasa depan sehingga ia bersemangat untuk mengerjakannya, dapat diambil kesimpulan bahwa orang yang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang selalu melihat manfaat dimasa depan.

Prestasi merupakan keunggulan yang dimiliki seseorang yang menggambarkan kelas sosial seseorang, dengan pernyataan dibutuhkan dimanapun berada sehingga menjelaskan bahwa orang tersebut selalu dibutuhkan oleh lingkungannya dimanapun ia berada. Dapat diambil kesimpulan bahwa faktor kedua yang menjadi penentu orang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang selalu dibutuhkan oleh lingkungannya dimanapun berada atau berada dikelas sosial yang cukup tinggi. Dalam variabel prestasi memiliki kesamaan dengan keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat yaitu pada faktor ke dua untuk melihat

mana yang lebih berpengaruh, maka dapat dilihat dari nilai *mean* yaitu 2.1648 pada keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat dan non lembaga zakat 2.4336 pada non lembaga zakat, kemudian faktor kedua dengan variabel prestasi yang sangat berpengaruh adalah terhadap pembayaran zakat melalui non lembaga zakat.

$F_3 = 0,638$  Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dalam penelitian ini pekerjaan menjadi faktor ke tiga yang mempengaruhi keputusan dan dapat menggambarkan kelas sosial seseorang dengan pernyataan dalam kuisisioner adalah ditempatkan pada posisi yang tinggi dalam pekerjaan, menyukai profesi kerja saat ini. 63,8% responden menyatakan bahwa pekerjaan mempengaruhi keputusan membayar zakat. Sehingga orang yang membayar zakat melalui non lembaga adalah orang yang memiliki pada posisi tinggi dalam pekerjaan atau pemilik usaha, dan orang yang menyukai pekerjaannya.

$F_4 = 0,761$  Budaya Mengajarkan

Yang menjadi faktor keempat yang mempengaruhi keputusan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat adalah budaya mengajarkan artinya adalah budaya sebagai suatu wujud yang melayani manusia didalam upaya memenuhi kebutuhan biologis dan sosial dasar dari masyarakat. (Engel, et.,al, 1994: 72). Dalam penelitian ini dijelaskan dengan pernyataan bahwa orang tersebut selalu menerapkan budaya tolong-menolong dilingkungannya dan orang tersebut selalu menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya artinya pernyataan tersebut menggambarkan norma mereka terhadap budaya yang telah diterapkan dilingkungannya. Dari hasil kuisisioner budaya 76,1% responden orang yang membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang selalu menerapkan budaya tolong-menolong dilingkungannya dan selalu menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya.

$F_5 = 0,846$  Budaya bersifat menyesuaikan

Faktor kelima adalah Budaya bersifat menyesuaikan adalah suatu wujud yang melayani manusia didalam upaya memenuhi kebutuhan biologis dan sosial dasar dari masyarakat (Engel, Blackwell, 1994:72). Sehingga pernyataan dalam kuisisioner untuk menggambarkan budaya bersifat menyesuaikan terhadap kebutuhan biologis dan sosial seseorang adalah menghormati orang yang lebih tua, menyukai bahasa sopan dan santun dan mudah bergaul dan ramah. Orang yang mengambil keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah orang yang selalu menghormati yang lebih tua, menyukai kesopanan dan kesantunan.

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kabupaten Sukabumi, maka kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik masyarakat Kabupaten Sukabumi yang membayar zakat melalui lembaga zakat dari 91 responden yaitu jumlah responden terbanyak adalah Cicurug, dengan jenis kelamin Pria rata-rata usia 31-40 tahun dengan status menikah memiliki jumlah anggota keluarga 4, jenis pekerjaan yang dimiliki Pegawai Negeri Sipil dengan tingkat pendidikan S1, rata-rata pendapatan Rp 3.600.000 sampai dengan Rp 5.600.000, dengan tingkat pengeluaran Rp 3.000.000 samapai dengan Rp 4.000.000. rata-rata membayar zakat profesi dengan kisaran pembayaran zakat perbulan sebesar Rp 100.000 sampai dengan Rp 200.000, muzakki yang membayar melalui lembaga zakat mendapat informasi zakat dari sosialisasi BAZNAS.
2. Karakteristik masyarakat Kabupaten Sukabumi yang membayar zakat melalui non lembaga zakat dari 113 responden yaitu jumlah responden terbanyak adalah Cicurug dengan jenis kelamin Pria, rata-rata usia 31-40 tahun dengan status menikah memiliki jumlah anggota keluarga 4, memiliki jenis pekerjaan pedagang dengan tingkat pendidikan

SMA/Sederajat yang memiliki rata-rata pendapatan Rp 3.600.000 sampai dengan Rp 5.600.000, dengan tingkat pengeluaran Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000. zakat yang dibayar zakat perdagangan dengan kisaran pembayaran zakat perbulan sebesar Rp 100.000 sampai dengan Rp 200.000.

3. Dari hasil analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat adalah faktor pertama adalah faktor psikologi dan faktor sosial, terdiri dari keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan motivasi. Faktor kedua adalah Faktor sosial meliputi interaksi, pekerjaan dan prestasi. Faktor ketiga adalah faktor sosial yaitu gaya hidup, faktor keempat adalah faktor budaya yaitu budaya ditanamkan, faktor kelima adalah budaya yaitu budaya menyesuaikan.

Faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah faktor pertama adalah faktor pribadi dan faktor sosial terdiri dari komunikasi, keyakinan, keluarga, pengetahuan Faktor kedua adalah Faktor sosial dan faktor psikologi meliputi interaksi dan motivasi. Faktor ketiga adalah faktor sosial yaitu pekerjaan, faktor keempat adalah faktor budaya yaitu budaya memngajarkan, faktor kelima adalah budaya yaitu budaya menyesuaikan.

Implikasi dari penelitian ini antara lain:

1. Mengingat Kabupaten Sukabumi yang memiliki potensi cukup besar terhadap pengumpulan dana zakat dengan tingkat penerimaan lembaga masih rendah maka lembaga zakat di Kabupaten Sukabumi harus terus giat dalam melakukan sosialisasi secara menyeluruh, dan membangun kepercayaan pada masyarakat kabupaten Sukabumi.
2. Strategi penghimpunan dana zakat sebaiknya memperhatikan karakteristik masyarakat dilingkungan, sehingga

lembaga zakat akan lebih mudah untuk melakukan sosialisasi maupun penyuluhan kepada masyarakat mengenai zakat berdasarkan karakter-karakter yang dimiliki masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Andy Faisal. 2012. *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik Di Semarang*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ali, Mohammad, Mohammad Ansor. 2014. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Akasara.
- Arianty, Dewi, Yana Rohmana. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung*.
- Arief, Anandita. 2010. *Peran Laporan Keuangan Dan Intusin Dalam Pengambilan Keputusan Kredit (Studi Empiris Pada Perbankan Kota Semarang)* Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Bachmid, Gamsir. 2012. *Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat Mal (Studi Fenomenologi Pengalaman Muzakki Di Kota Kediri)*. Jurnal Aplikasi Manajemen | Volume 10 | Nomor 2 | Juni 2012.
- Engel, James. dkk 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Faisal. 2011. *Sejarah Pengelolaan Zaakat Di Dunia Muslim dan Indonesia (Pendekatan Teori Investigasi-Sejarah Charles dan Defisit Kebenaran Lieven Boeve*. Jurnal Analisis Volume XI, Nomor 2, Desember 2011

- Fauza, Yaumil. 2013. *Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Institusi Pembayaran Zakat Di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Gayatri, Dwi. 2004. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 8, No. 2, September 2004; 76-80.
- Ghoni, Abdul, Tri Bodroastuti. 2010. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Herawati, Lisna Nety. 2012. *Preferensi Dan Keputusan Masyarakat Karawaci Dalam Memaar Zakat*. Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam), Universitas Islam Syarif Hidayatullah.
- Huda, Nurul. Mohammad Heykal. 2013. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Junaidi, Manal. 2006, *Analisis Dan Evaluasi Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Franchise (Waralaba) (Studi Kasus Alfamart Wilayah Jabotabek)*. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Kanji, Lusiana, H. Abd. Hamid Habbe Dan Mediaty. 2011. *Aktor Determinan Motivasi Membayar Zakat Determinant Factors Motivation Paying Zakat Zakat And Magnitude Of Value*.
- Karli, Hilda. 2013. *Pertimbangan Dan Stategi Pengambilan Keputusan Kepala Sekolah*, Jurnal Pendidikan Penabur No.21/Tahun Ke-12/Desember.
- Kountour, Ronny. 2003. *Metode Penelitian Untuk Menulis Skripsi Dan Tesis*, Jakarta: PPM.
- Mardani. 2011 *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Maryati, Sri. 2009. *Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) Di Kota Semarang, Tesis pada Program Pascasarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro Semarang*.
- Mashudi. 2011. *Evaluasi Pengelolaan Zakat di Inodesia*
- Nasution, Edwin Mustafa, Hardius Usman. 2007. *Proses Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: FEUI.
- Nurdin. 2011. *Pengaruh Pengelola Zakat Terhadap Kesejahteraan Rakyat, Program Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama*.
- Pratama, Erwin Aditya. 2013. *Optimalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Sarana Mencapai Kesejahteraan Sosial (Studi dibidang Amil Zakat Kota Semarang)*. Fakultas Hukum. Universitas Negri Semarang.
- Qardawi, Yusuf. 2011. *Hukum Zakat*. Bogor: Pustaka Litera Antara.
- Runtuwene, Lastiko. 2007. *Kepemimpinan Dan Pengambilan Keputusan Partisipatif Dalam Organisasi Pendidikan-Sekolah*, Jurnal Pendidikan Penabur.
- Siska, Hanna. 2012. *Analisi Preferensi Muslim Jakarta Dalam Membayar Zakat Penghasilan (Uji Model Partial Least Square) Dan Potensi*

*Adanya Perhitungan Dobel Zakat.* Skripsi Pada Program Studi Ekstensi. Universitas Indonesia.

*Sukabumi terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki.* skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Universitas Djuanda Bogor.

Sukma, Ating. 2013. *Keterkaitan Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Penerapan Zakat Di Indonesia Dengan Pendekatan Tawhidi.* Ringkasan Disertasi. Program Doktor Ilmu Ekonomi. Universitas Trisakti.

Wijayanti. Putri Sekar. 2011. *Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Pekerjaan Ibu Dengan Pemberian Asi Eksklusif Pada Bayi 6-12 Bulan Di Desa Margorejo Kec. Margorejo Kab. Pati,* Universitas Muhammadiyah.

Taufiq, Ahmad. 2014. *Analisis Kinerja Pelayanan BAZNAS Kabupaten*