

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MELALUI LEMBAGA AMIL ZAKAT

Riska Satia Wardhani¹
Dewi Rahmi²
Westi Riani³

Abstrak

Paper ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat ke LAZ Rumah Zakat. Kemiskinan merupakan masalah yang terjadi di negara berkembang termasuk Indonesia. 90 persen penduduk Indonesia merupakan beragama Islam. Apakah masalah kemiskinan di Indonesia dapat selesai dengan hanya menggunakan dana APBN? Apakah zakat dapat memberikan solusi terhadap masalah kemiskinan di Indonesia? Jika iya, kepada siapakah zakat perlu disalurkan melalui perorangan ataukah melalui lembaga? Apakah kelebihan masing-masing metode tersebut? Dan apakah faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki memilih untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga amil? Paper ini mencoba untuk menjawab persoalan-persoalan tersebut. Berdasarkan survey lapangan terhadap 68 responden dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif diperoleh dua faktor utama yang mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat ke LAZ Rumah Zakat yakni faktor internal dan faktor eksternal. Terdapat lima faktor internal dan yang paling dominan adalah faktor religiusitas. Sementara itu terdapat empat faktor eksternal dan yang paling dominan ialah prinsip *fhatanah*.

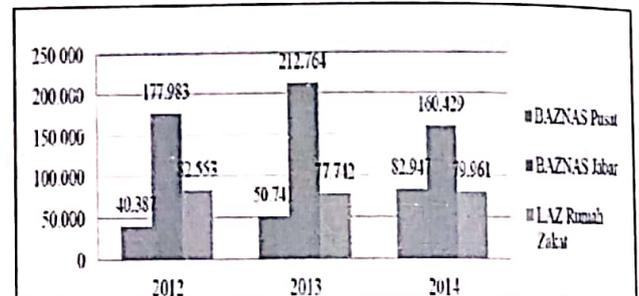
Kata Kunci: Zakat, Lembaga Zakat, Muzakki

¹ Alumni Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unisba
² Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unisba
³ Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unisba

PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh negara berkembang seperti negara Indonesia ini adalah masalah ekonomi. Permasalahan ekonomi seringkali berdampak negatif terhadap kehidupan sosial masyarakat seperti kemiskinan dan pengangguran yang biasanya menimbulkan tindakan-tindakan kriminal. Krisis ekonomi yang berkepanjangan sejak tahun 1997 hingga kini telah melipatgandakan jumlah penduduk miskin. Berdasarkan data BPS, pada bulan maret 2015, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 28,59 juta orang (11,2%), bertambah sebesar 0,86 juta orang dibandingkan dengan kondisi September 2014 yang sebesar 27,73 juta orang (10,96%). Sebagai negara yang penduduknya kurang lebih 90% beragama Islam, maka tuntunan Islam dalam mengantisipasi problematika kemiskinan umat menjadi penting untuk direalisasikan (Arief M, 2006). Namun dengan mengandalkan dana APBN tidak akan pernah bisa mengentaskan kemiskinan yang ada, untuk itu perlu adanya suatu upaya dalam bentuk penanggulangan dana yang bersumber dari dalam negeri melalui bentuk-bentuk instrumen seperti zakat, infaq, dan shodaqoh. Zakat telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Islam di Indonesia, didukung dengan besarnya kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, sehingga dapat dikatakan Indonesia adalah negara yang memiliki potensi zakat yang cukup besar. Potensi ini merupakan sumber pendanaan yang dapat dijadikan kekuatan pemberdayaan ekonomi, pemerataan pendapatan, bahkan akan dapat menggerakkan roda perekonomian negara. Permasalahan yang sering muncul ditengah masyarakat adalah melalui siapakah zakat harus disalurkan? Lebih utama disalurkan langsung oleh muzakki kepada *mustahiq*, atau sebaliknya melalui amil zakat? Untuk membantu meyakinkan masyarakat maka pemerintah memberlakukan aturan hukum yang jelas melalui Undang-Undang Pengelolaan Zakat di Indonesia yang telah diatur dalam UU No. 38/1999 tentang pengelolaan zakat. Undang-undang tersebut mengatur segala kegiatan yang berhubungan

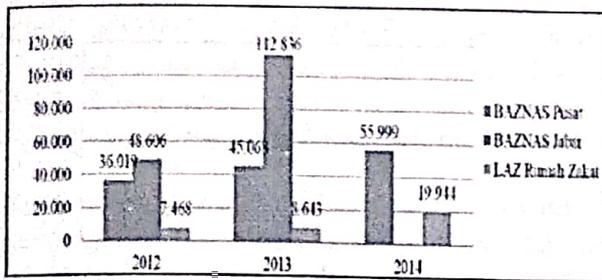
dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan terhadap dana zakat. Dengan adanya peraturan pemerintah tersebut, maka diperlukan sebuah lembaga yang mampu mengelola dana zakat yang amanah, jujur dan transparansi sesuai dengan prinsip "Good Corporate Governance". Namun demikian, berkembangnya lembaga pengelola zakat sampai saat ini belum disertai dengan minatnya masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga. Dampaknya adalah belum optimalnya jumlah penghimpunan dana zakat di Indonesia. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh dari Pusat BAZNAS Jabar dan LAZ RZ. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Pusat BAZNAS Jabar dan LAZ RZ diolah 2016

Gambar 1. Jumlah Penghimpunan Zakat 2012-2014 (Miliar Rupiah)

Dari Gambar 1 terlihat bahwa jumlah pengumpulan zakat dari Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) BAZNAS Pusat, BAZNAS Jabar dan LAZ Rumah Zakat menunjukkan jumlah penghimpunan zakat yang terus meningkat dari tahun ke tahunnya. LAZ RZ menunjukkan jumlah penghimpunan zakat lebih tinggi daripada BAZNAS Pusat yang dikelola oleh pemerintah. Sedangkan jumlah penyaluran dana zakat yang telah disalurkan UPZ masing-masing kepada *mustahiq* dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber: Pusat BAZNAS Jabar dan LAZ RZ diolah 2016

Gambar 2. Jumlah Penyaluran Zakat 2012-2014 (Miliar Rupiah)

Berdasarkan dari fenomena tersebut, hal yang harus dicermati adalah dengan adanya LAZ ternyata belum berdampak kepada kesadaran masyarakat untuk menyalurkan zakatnya pada LAZ. Menurut Sri Fadillah (2011) mengatakan bahwa, berdasarkan hasil riset *Public Interest Research And Advocacy Center* (PIRAC) terdapat 29 juta keluarga sejahtera yang menjadi warga sadar akan membayar zakat. Di Indonesia saat ini, diperkirakan hanya ada sekitar 12-13 juta *muzakki* yang membayar zakat lewat LAZ, berarti masih ada lebih dari separuh potensi zakat yang belum tergarap oleh LAZ. Mengapa hal ini dapat terjadi di Indonesia? Apakah sebenarnya faktor-faktor yang mempengaruhi *muzakki* untuk menyalurkan zakatnya kepada lembaga amil zakat? Untuk menjawab persoalan-persoalan ini, paper ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *muzakki* dalam menyalurkan zakat ke LAZ Rumah Zakat. Berdasarkan tujuan tersebut, pembahasan dalam paper ini terbagi kepada lima bagian. Pertama, pembahasan terkait metodologi penelitian; kedua, sejarah pengelolaan zakat pada zaman Rasulullah SAW; ketiga, model-model pengeluaran zakat; keempat, analisis faktor yang mempengaruhi *muzakki* dalam menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat; kelima, kesimpulan.

METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penulisan paper ini jenis dan metode penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Dipilihnya jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan. Teknik

pengumpulan data menggunakan data primer sebanyak 68 responden dengan menggunakan teknik pengolahan data skala likert. Skala likert ini digunakan sebagai alat bantu dalam penyusunan instrument penelitian (quisioner).

SEJARAH PENGELOLAAN ZAKAT PADA ZAMAN RASULULLAH SAW

Sejak zaman Rasulullah ternyata pengelolaan zakat diserahkan kepada amil dan telah dilaksanakan dengan sistem manajemen secara profesional dan efektif sehingga mencapai sasaran tujuan zakat itu sendiri, baik untuk meningkatkan keimanan ketaqwaan kepada Allah SWT maupun dalam upaya menghindari kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan ummat. Kemudian Pada tahun 12H/633M, Abu Bakar merintis embrio Baitul Maal dalam arti yang lebih luas. bukan lagi sekedar pihak pengelola harta umat saja Baitul Maal juga berarti tempat penyimpanan harta negara. Amil tersebut disejajarkan dengan lembaga-lembaga pemerintahan pada waktu itu, setara dengan kantor Bendahara Negara saat ini yang mengurus Harta Kekayaan Negara dan penggunaan zakat itu ditentukan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan-ketentuan Al-Quran dan hadist (Ahmad Syalabi, 1994).

Pada masa khalifah Umar bin Khattab (13-23 H/634-644 M), selama mmerintah Umar memelihara Baitul Maal secara hati-hati. Terkadang selain untuk menyimpannya di Baitul Maal, Umar juga menyisihkan seperlima dari harta rampasan perang untuk dibagikan secara langsung pada kaum muslimin. Mengenai banyaknya ia hanya menerima pemasukan sesuai syariat dan mendistribusikannya kepada yang berhak menerimanya.

MODEL-MODEL PENGELUARAN ZAKAT

Model penyaluran zakat itu ada dua. Pertama, diserahkan secara langsung, dari *muzakki* (orang yang mengeluarkan zakat) ke *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat) tanpa perantara. Kedua, diserahkan ke lembaga zakat baik milik pemerintah (BAZ) atau

pengelola swasta (LAZ). Jadi, muzakki tidak memberikan langsung kepada mustahiq, tapi dikelola lembaga sebagai perantara (M. Fatta, 2009 : 38).

Penyaluran Secara Langsung

Penyerahan secara langsung adalah *muzakki* menyerahkan zakatnya langsung kepada mustahiq (orang yang berhak menerima). Pada prinsipnya, dibenarkan oleh Syari'at Islam apabila seseorang yang berzakat langsung memberikan sendiri zakatnya kepada para *mustahiq* dengan syarat *mustahiq* sejalan dengan Firman Allah swt dalam surat At-Taubah: 60.

Dewasa ini para *muzakki* lebih suka menyerahkan zakatnya kepada *mustahiq* secara langsung. Mereka merasa nyaman karena mereka langsung memberikan kepada yang berhak. Jika diserahkan kepada lembaga, mereka ragu akan ketersalurannya. Karena sebagian masyarakat sudah minim kepercayaan terhadap lembaga baik itu lembaga zakat pemerintah atau pun swasta, maka dari itu mereka lebih suka menyalurkan zakatnya langsung dari pada lewat perantara lembaga. Selain itu apabila disalurkan lewat lembaga para muzakki tidak tahu kapan lembaga itu membagikan zakatnya dan bentuknya seperti apa. Disamping itu rumitnya menyalurkan zakat adalah di masalah administrasi sehingga masyarakat lebih suka menyalurkannya langsung karena dianggap gampang dan tidak rumit.

Penyaluran zakat yang dilakukan sendiri oleh muzakki secara langsung kepada yang berhak menerimanya mempunyai landasan dan alasan. Yaitu dalam surat al-Ma'arij 24-25:

Dan artinya: "Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, Bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apaapa (yang tidak mau meminta)".

Ayat tersebut menjelaskan bahwa didalam harta seorang muslim yang kaya ada hak orang-orang miskin, baik yang meminta maupun yang tidak meminta-minta, oleh

karena itulah, maka seorang muslim wajib menyerahkan zakatnya kepada mereka.

Penyaluran Melalui Lembaga

Aktifitas pengelolaan zakat yang telah diajarkan oleh Islam dan telah dipraktikkan oleh Rasulullah SAW dan penerusnya yaitu para sahabat. Pada zaman Rasulullah SAW dikenal sebuah lembaga yang disebut Baitul Mal yang bertugas dan berfungsi mengelola keuangan negara. Pemasukannya bersumber dari dana zakat, infaq, kharaj, jizyah, ghanimah dan sebagainya. Kegunaannya untuk mustahiq yang telah ditentukan, kepentingan dakwah, pendidikan, kesejahteraan sosial, pembuatan infrastruktur dan sebagainya. Namun saat ini makna Baitul Mal mengalami penyempitan, hanya sebagai lembaga yang menghimpun dan menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah dan wakaf yang dikenal sebagai organisasi pengelola zakat.

1. Badan Amil Zakat Milik Negara (BAZ)

Dalam UU No. 60 Tahun 2010 dijelaskan prinsip pengelolaan zakat secara profesional dan bertanggung jawab yang dilalukan oleh masyarakat bersama pemerintah. Pemerintah dalam hal ini berkewajiban memberikan perlindungan, pembinaan, dan pelayanan kepada muzakki, mustahiq, dan pengelola zakat. Sebagai konsekuensi Undang-Undang, pemerintah (tingkat pusat sampai tingkat daerah) wajib memfasilitasi terbentuknya lembaga pengelolaan zakat, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk tingkat pusat dan Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) untuk tingkat daerah. BAZNAS dibentuk berdasarkan Kepres no. -8/2001, tanggal 17 januari 2001.

Diera reformasi, pemerintah berupaya menyempurnakan sistem pengelolaan zakat di tanah air agar potensi zakat dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki kondisi sosial ekonomi bangsa yang terpuruk akibat resesi. Sesuai dengan UU No. 60 Tahun 2010 tentang pengelolaan zakat dapat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah yang terdiri dari masyarakat dan unsur pemerintah untuk tingkat kewilayahan dan Lembaga Amil Zakat (LAZ)

yang dikelola oleh masyarakat yang terhimpun dalam berbagai ormas (Organisasi Masyarakat) Islam, yayasan, dan institusi lainnya.

Ruang lingkup BAZNAS berskala nasional yaitu Unit Pengumpulan Zakat (UPS) di Departemen, BUMN, Konsulat Jendral dan Badan Usaha Milik Swasta berskala nasional, sedangkan BAZDA ruang lingkup kerjanya diwilayah propinsi tersebut. Badan Amil Zakat Daerah Provinsi dibentuk dengan Keputusan Gubernur yang susunan kepengurusannya diusulkan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi dan berkedudukan di Ibu kota Provinsi. Sedangkan Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten/ Kota dibentuk dengan Keputusan Bupati/Walikota yang susunan kepengurusannya diusulkan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Kabupaten/ Kota dan berkedudukan di Ibukota Kabupaten/ Kota.

Menurut sejarah Islam, zakat sebaiknya dipungut oleh negara atau lembaga yang diberi mandat oleh negara atas nama pemerintah yang bertindak sebagai fakir miskin, untuk memperoleh haknya yang ada pada orang-orang kaya. Pengelolaan dibawah otoritas badan yang dibentuk oleh negara akan jauh lebih efektif pelaksanaan fungsi dan dampaknya dalam membangun kesejahteraan umat yang menjadi tujuan zakat itu sendiri, dibanding zakat dikumpulkan dan didistribusikan oleh lembaga yang berjalan sendiri-sendiri dan tidak ada kordinasi satu sama lain.

2. Lembaga Zakat Swasta (LAZ)

Lembaga Zakat Swasta (LAZ) terbagi kepada dua organisasi. Pertama, organisasi sosial dan kedua organisasi agama.

a. Organisasi Sosial

Lembaga Zakat Swasta (LAZ) adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan oleh masyarakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat Islam. LAZ

dikukuhkan, dibina dan dilindungi pemerintah.

Pengukuhan LAZ dilakukan oleh pemerintah atas usul LAZ yang telah memenuhi persyaratan. Pengukuhan dilaksanakan setelah terlebih dahulu dilakukan penelitian persyaratan. Pengukuhan dapat dibatalkan apabila LAZ tersebut tidak memenuhi persyaratan, seperti :

- a) Di pusat dilakukan oleh Menteri Agama
- b) Di daerah Profinsi dilakukan oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi.
- c) Di daerah kabupaten/kota oleh Bupati/Wali Kota atas usul Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten/Kota.

b. Organisasi Agama

Selain organisasi sosial yang membentuk lembaga zakat, organisasi agama pun juga membentuk kepanitiaan (kelembagaan) dalam pengelolaan zakat, salah satunya adalah lembaga takmir masjid. Takmir Masjid yang sering dijumpai di masyarakat Indonesia adalah merupakan organisasi ke-islam-an yang bertempat di Masjid yang berfungsi untuk menjaga, melindungi, melestarikan, dakwah, serta menampung segala keluhan-keluhan (masalah keagamaan) masyarakat.

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MELALUI LEMBAGA AMIL ZAKAT

Berdasarkan hasil survey terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi Muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat. Kedua faktor tersebut yakni faktor internal dan faktor eksternal. Penjelasan lebih terperinci terkait kedua faktor tersebut dijelaskan masing-masing pada bagian berikut ini.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Muzakki Menyalurkan Zakat Ke LAZ Rumah Zakat

Hasil analisis menggunakan skala likert diperoleh lima faktor internal yang mempengaruhi Muzakki Menyalurkan Zakat Ke LAZ Rumah Zakat. Kelima faktor tersebut yaitu pengetahuan, religiusitas, demografi, teknologi dan sosial-budaya.

1. Faktor Pengetahuan

Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek tertentu sangat mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. Proses keputusan masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah perbedaan individu. Setiap individu konsumen memiliki pengetahuan mengenai objek yang berbeda-beda dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tersebut memiliki pengaruh pada keputusan muzakki menentukan penyaluran zakatnya. Ketika muzakki memiliki pengetahuan yang luas mengenai manfaat menyalurkan zakat melalui lembaga, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusannya. Ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu mengingat kembali informasi tentang objek tersebut dengan lebih baik. Dari aspek pengetahuan muzakki mengenai keberadaan lembaga dan manfaat muzakki menyalurkan zakat melalui lembaga adalah penting bagi muzakki. Hal ini terbukti dari hasil pengolahan yang tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Pengetahuan Lembaga

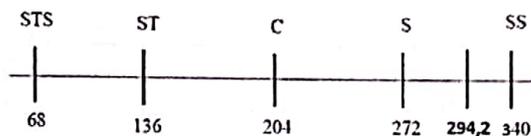
No.	Item Pertanyaan	Frekuensi Nilai Skor					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Telah disertifikasi oleh pemerintah	0	2	6	21	39	68
2	Visi, misi dan tujuan lembaga	2	0	11	24	31	68
3	Transaksi zakat diakhiri dengan akad	0	2	2	30	34	68
4	Terdapat banyak manfaat bagi mustahiq	0	2	3	32	31	68
5	Mengetahui Program Penyaluran zakat	0	0	8	36	24	68

Sumber: Hasil Olahan

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh bahwa pengetahuan ternyata sangat mempengaruhi muzakki dalam menentukan pilihannya. Muzakki dalam memilih lembaga amil zakat dilatarbelakangi oleh pengetahuan muzakki bahwa lembaga tersebut telah disertifikasi oleh Departemen Agama. Hal ini terlihat dari jawaban muzakki yang memilih setuju yakni sebanyak 88,2%. selain itu muzakki juga memilih setuju dan sangat setuju bahwa mereka setidaknya mengetahui visi, misi dan tujuan didirikannya lembaga tersebut adalah sebanyak 81%. Muzakki mengetahui lembaga tersebut merupakan lembaga penghimpunan zakat resmi yang menerapkan sistem syariah, maka bagi setiap lembaga syariah hukumnya adalah wajib adanya akad setelah bertransaksi. Pengetahuan inilah merupakan salah satu yang mempengaruhi muzakki menyalurkan zakat melalui LAZ RZ karena lembaga tersebut menerapkan adanya akad setelah bertransaksi 94,1%. Muzakki yang menyalurkan zakat melalui lembaga sebanyak 92,6% sadar atas manfaat bagi mustahiq. Muzakki sadar bahwa apabila menyalurkan zakat melalui lembaga, dana tersebut dapat didayagunakan dan dimanfaatkan oleh mustahiq melalui program yang telah disediakan lembaga. Oleh karena itu muzakki pun sadar dana yang diterima mustahiq akan bersifat jangka panjang dan sebagian besar muzakki memilih pada posisi setuju. Selain mengetahui visi, misi dan tujuan, muzakkipun mengetahui berbagai macam program pendayagunaan dana ZISWAF sebanyak 88,2%.

Hasil survey kepada para muzakki LAZ RZ juga menunjukkan hal yang sama yakni secara umumnya faktor pengetahuan mempengaruhi muzakki memilih lembaga tersebut, sehingga jumlah faktor pengetahuan adalah sebesar 1471 dengan nilai skor rata-rata berada di daerah sangat setuju sebesar 294,2 yang didominasi oleh pengetahuan muzakki mengenai lembaga bahwa terdapatnya

akad yang diterapkan oleh lembaga setelah bertransaksi sebesar 94,6% muzakki memilih setuju. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (muzakki) memiliki persepsi yang kuat dalam faktor pengetahuan, yang mengartikan bahwa muzakki menyalurkan zakat melalui lembaga didasari atas pengetahuan muzakki mengenai lembaga tersebut. Untuk lebih jelasnya terkait skor faktor pengetahuan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kontinum Data Untuk Faktor Pengetahuan Muzakki LAZ Rumah Zakat

2. Faktor Religiusitas

Agama merupakan sesuatu hal yang sangat universal dan berpengaruh signifikan terhadap sikap, nilai-nilai dan perilaku manusia baik di tingkat individu maupun di tingkat masyarakat (Mokhlis, 2009). Hasil pengolahan menunjukkan bahwa religiusitas mempengaruhi muzakki menyalurkan zakat ke LAZ rumah zakat. Untuk lebih jelasnya hasil olahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Religiusitas

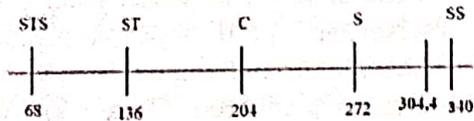
No.	Item Pertanyaan	Frekuensi Nilai Skor					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Yakin dan percaya hartanya akan dilipatgandakan	2	0	1	30	35	68
2	Rukun Islam ke 3 dan wajib hukumnya	2	0	1	23	42	68
3	Perwujudan rasa syukur	0	2	3	19	44	68
4	Kemaslahatan umat	0	2	5	15	46	68
5	Konsekuensi atas rizqi telah mencapai <i>nishab</i>	1	2	5	23	37	68

Sumber: Hasil Olahan

Tabel 4.2 menunjukkan frekuensi muzakki dalam faktor religiusitas, muzakki memilih setuju bahwa muzakki

menunaikan zakat di lembaga karena mereka yakin dan percaya atas segala yang disedekahkan hartanya akan dilipatgandakan oleh Allah SWT. Muzakki yang menjawab setuju terkait item pertanyaan keyakinan ini yakni sebanyak 95,6%. Sementara itu, muzakki juga setuju bahwa membayar zakat merupakan rukun Islam yang ke-3 sehingga wajib hukumnya untuk ditunaikan. Muzakki yang menjawab setuju terkait item pertanyaan zakat merupakan rukun Islam yang ke-3 yakni sebanyak 95,6%. Sedangkan perwujudan rasa syukur atas segala nikmat yang telah dikaruniakan oleh Allah SWT muzakki yang menyatakan setuju yakni sebanyak 92,6%. Muzakki yang menyatakan setuju bahwa muzakki sadar dengan membayar zakat melalui lembaga dapat digunakan untuk kemaslahatan umat muslim yakni sebanyak 89,7%. Muzakki yang menyatakan setuju atas resiko atau kosekuensi atas harta yang telah mencapai nishab dimana diwajibkan untuk dikeluarkan zakatnya yakni sebanyak 88,2%. Dari hasil olahan ini secara umumnya menunjukkan bawah agama memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan seseorang dengan mendorong dan membentuk keyakinan, pengalaman, penghayaan, pengetahuan dan sikap terhadap konsekuensi untuk melaksanakan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi tersebut merupakan dimensi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perilaku tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, norma-norma dan nilai-nilai agama yang sangat berpengaruh terhadap perilaku muzakki. Tingginya tingkat religiusitas yang melekat pada muzakki LAZ RZ dan mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga ditunjukkan dengan skor faktor religiusitas sebesar 1522 dengan nilai skor rata-rata faktor religiusitas muzakki sebesar 304,4 berada pada daerah nyaris sangat setuju. Berdasarkan hal ini maka faktor religiusitas mempengaruhi muzakki dalam memilih menyalurkan

zakat melalui lembaga, yang didominasi oleh subindikator bahwa muzakki yakin dan percaya atas harta yang disedekahkan hartanya akan dilipatgandakan dan muzakki sadar bahwa terdapatnya rukun Islam yang ke 3 sehingga diwajibkan untuk membayar zakat, muzakki sama-sama memilih setuju dengan nilai presentase sebesar 95,6%. Untuk lebih jelasnya terkait skor faktor religiusitas dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kontinum Data Untuk Faktor Religiusitas Muzakki LAZ Rumah Zakat

3. Faktor Demografi

Faktor demografi memiliki peranan yang cukup di prioritaskan dalam kehidupan sehari-hari muzakki. Tempat tinggal muzakki dengan jarak kantor lembaga adalah faktor yang paling penting dan didukung dengan kemudahan akses yang dapat dicapai oleh muzakki menjadi faktor yang penting dalam menentukan muzakki memilih lembaga tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengolahan yang tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Demografi

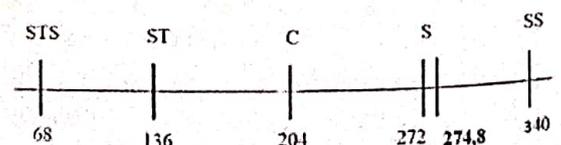
No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Dekat dengan tempat tinggal	0	2	11	33	22	68
2	Terdapatnya kantor cabang disetiap daerah	0	0	15	46	7	68
3	Angkutan umum mudah diperoleh	1	2	5	23	37	68
4	Hanya terdapat LAZ tersebut	0	2	21	33	12	68

Sumber: Hasil Olahan

Dari Tabel 3 menunjukkan secara umum faktor demografi mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga dilihat dari empat subindikator. Pertama, terdapat sebanyak 81% responden menyatakan setuju bahwa lokasi kantor pelayanan LAZ RZ dekat dengan tempat tinggalnya, kedua, terdapat sebanyak 80%

responden LAZ RZ memilih setuju bahwa tersedianya kantor cabang diberbagai daerah, LAZ RZ memiliki 3 kantor cabang di Kota Bandung sehingga memudahkan muzakki untuk menyalurkan zakat di berbagai kantor cabang. ketiga, mudahnya angkutan umum yang diperoleh muzakki menuju kantor pelayanan sangat mempengaruhi muzakki, terbukti pada Tabel 4.3 terdapat 88,2% muzakki memilih setuju, dan juga sebanyak 66,2% muzakki memilih setuju bahwa didaerah tempat tinggal muzakki hanya terdapat lembaga tersebut.

Dari pemaparan diatas menunjukkan bahwa secara umum faktor demografi sangat mempengaruhi keputusan muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga terbukti pada jumlah nilai skor frekuensi muzakki sebesar 1099 dengan nilai rata-rata kontinum sebesar 274,8 berada pada posisi sangat setuju, hak ini didominasi oleh kemudahan muzakki mendapatkan angkutan umum menuju tempat pembayaran LAZ RZ sebesar 81% dan juga karna lokasi lembaga tersebut dekat dengan tempat tinggal muzakki sebesar 88,2% muzakki memilih setuju. Artinya muzakki memilih sangat setuju bahwa faktor demografi merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan muzakki dalam menyalurkan zakat melalui LAZ RZ, sehingga muzakki tidak mengalami hambatan dalam menyalurkan zakat secara langsung melalui kantor pelayanan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa tata letak kantor yang strategis dan efisien sangat mempengaruhi muzakki dalam memilih menyalurkan zakat melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya terkait skor faktor demografi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kontinum Data Untuk Faktor Demografi Muzakki LAZ Rumah Zakat

4. Faktor Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen secara signifikan, semakin tinggi teknologi komunikasi menyebabkan peningkatan konsumsi akan kebutuhan-kebutuhan untuk komunikasi. Berkembangnya teknologi internet dan kemudahan mengakses membuat masyarakat lebih mudah dalam menjalankan komunikasi sekunder tersebut. Faktor teknologi ini menjawab permasalahan pada faktor lokasi, dimana dengan adanya kemudahan teknologi ini *muzakki* dapat dengan mudah untuk mengakses informasi mengenai lembaga dan dengan teknologi *muzakki* dapat melakukan transaksi pembayaran zakat, seperti pada Tabel 4 yang merupakan gambaran *muzakki* dalam memanfaatkan faktor teknologi.

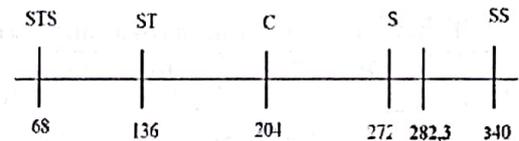
Tabel 4.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Teknologi

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Mengetahui LAZ RZ dari media sosial media elektronik	0	0	5	40	22	68
2	Mudahnya Mengakses Informasi	0	2	11	41	14	68
3	Kemudahan antar jemput zakat	0	1	10	32	25	68
4	Adanya layanan autodebet	1	2	12	23	30	68

Sumber: Hasil Olahan

Terdapat 5 subindikator yang mempengaruhi *muzakki* pada faktor teknologi, dapat dilihat pada Tabel 4.4 menunjukkan *muzakki* setuju bahwa dengan adanya teknologi *muzakki* mengetahui LAZ RZ melalui media sosial dan media elektronik sebesar 92,6%, terdapat 81% *muzakki* memilih setuju atas kemudahan *muzakki* untuk mengakses informasi mengenai lembaga tersebut. Dengan adanya teknologi lembaga dapat memberikan fasilitas pelayanan melalui jemput zakat dan autodebet dana zakat sehingga 83,8% dan 80% *muzakki* memilih setuju atas kemudahan pelayanan yang diberikan lembaga melalui teknologi. Berdasarkan hasil survei *muzakki* sangat setuju dengan adanya kemudahan sistem

teknologi yang telah disediakan oleh muzakki, sehingga dengan mudah muzakki dapat mengakses informasi terbaru mengenai perkembangan penghimpunan dan pendayagunaan zakat. Faktor teknologi ini menjadi pengaruh yang sangat positif bagi muzakki yang memanfaatkannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Kontinum Data Untuk Faktor Teknologi Muzakki LAZ Rumah Zakat

Gambar 5 menggambarkan bahwa muzakki LAZ RZ berpendapat bahwa mereka sangat setuju faktor teknologi sangat mempengaruhi muzakki dalam memilih menyalurkan zakat melalui lembaga dengan jumlah nilai skor sebanyak 1129, sehingga nilai rata-rata kontinum data muzakki didapat sebesar 282,3 berada di daerah sangat setuju yang di dominasi oleh muzakki mengetahui lembaga tersebut dari media sosial ataupun media elektronik dengan presentase sebesar 92,6% artinya bahwa lembaga tersebut sangat memanfaatkan kecanggihan teknologi sehingga menarik masyarakat untuk menyalurkan sebagian hartanya melalui LAZ RZ.

5. Faktor Sosial-Budaya

Hasil pengolahan menunjukkan bahwa faktor sosial budaya mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui LAZ RZ. Hasil pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

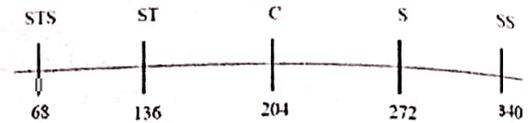
Tabel 5.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Sosial Budaya

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Instansi terkait mewajibkan menyalurkan zakat ke lembaga	1	2	13	26	26	68
2	Rekomendasi/pengalaman lingkungan sekitar	0	0	19	42	7	68
3	Mengikuti keluarga	1	2	17	23	25	68
4	Tradisi keluarga	1	2	17	23	25	68

Sumber: Hasil Olahan

Tabel 5 menunjukkan bahwa muzakki LAZ RZ sebanyak 76,5% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa perusahaan/kelompok organisasi/tempat tinggal muzakki mewajibkannya membayar zakat melalui lembaga. Muzakki juga setuju sebanyak 72,1% bahwa muzakki mendapatkan rekomendasi/pengalaman dari lingkungan sekitar untuk menyalurkan zakat melalui LAZ RZ. Muzakki memilih setuju untuk menyalurkan zakat melalui lembaga karena mengikuti keluarga dan muzakki dipengaruhi karena adanya tradisi dari keluarga untuk menyalurkan zakat melalui lembaga sebesar 70,6%.

Nilai kontinum yang dihasilkan, ternyata muzakki sangat dipengaruhi oleh faktor sosial budaya terbukti pada lampiran Gambar 4.6 diatas yang menunjukkan bahwa muzakki LAZ Rumah zakat memiliki nilai skor rata-rata sebesar 272 berada pada wilayah setuju. Perilaku manusia sebagian besar merupakan hasil proses belajar seseorang untuk mengenal suatu produk/jasa, tingkat sosial-budaya yang paling melekat di dalam diri muzakki sehingga dapat mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga, sebagian besar muzakki LAZ RZ didasari oleh adanya tuntutan dari perusahaan/kelompok organisasi/tempat tinggal yang mewajibkan menyalurkan zakat melalui lembaga dengan presentase nilai skor yang memilih setuju sebesar 76,5%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Kontinum Data Untuk Faktor Sosial Budaya Muzakki LAZ Rumah Zakat

Berdasarkan uraian faktor eksternal secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator sangat mempengaruhi muzakki dalam memilih menyalurkan zakatnya melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.
Kontinum Data Untuk Perilaku Muzakki LAZ Rumah Zakat

Indikator	Nilai Skor Kontinum	Keterangan
Faktor Religiusitas	304,3	Sangat Setuju
Faktor Pengetahuan	294,2	Sangat Setuju
Faktor Teknologi	282,3	Sangat Setuju
Faktor Demografi	274,8	Sangat Setuju
Faktor Sosial-Budaya	272	Setuju

Sumber: Hasil Olahan

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Muzakki Menyalurkan Zakat Ke LAZ Rumah Zakat

Penerapan Good Corporate Governance (GCG) sangat dibutuhkan untuk seluruh perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan penghimpunan dana zakat. Lembaga amal zakat merupakan lembaga kepercayaan yang operasionalnya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kepada yang berhak membutuhkan. Untuk itu, setiap lembaga harus beroperasi secara sehat dalam rangka menjaga kepercayaan masyarakat. Agar lembaga dapat beroperasi secara sehat, lembaga harus melaksanakan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (Faktor Eksternal) bagi lembaga. Oleh itu, disamping terdapat adanya faktor internal yang mempengaruhi Gambar 4. Kontinum Data Untuk Faktor Teknologi Muzakki LAZ Rumah Zakat terdapat pula faktor eksternal yang mempengaruhi Muzakki dalam

menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat. Terdapat empat faktor eksternal yang mempengaruhi Muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat: prinsip fathanah, prinsip tabligh, prinsip shiddiq dan Prinsip mas'uliyah.

1. Prinsip Fathanah (*fairness*)

Perlakuan yang adil dan setara yang dilakukan oleh lembaga terhadap *muzakki* dan juga *mustahiq* sangatlah penting bagi pemberi dan penerima dana. *Fathanah (fairness)* diharapkan dapat membuat seluruh asset perusahaan dikelola secara baik dan hati-hati, sehingga muncul perlindungan kepentingan *muzakki* secara adil dan jujur untuk melindungi hak-haknya. *Fathanah (fairness)* menekankan bahwa semua pihak yang terlibat dalam pengelolaan zakat haruslah diperlakukan sama atau setara bagi pembayar zakat, namun hak-hak mengenai kesetaraan tidak hanya bagi pemberi zakat (*muzakki*), namun juga bagi penerima zakat (*mustahiq*). Pentingnya prinsip ini pula diperkuat oleh hasil pengolahan yang tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7.

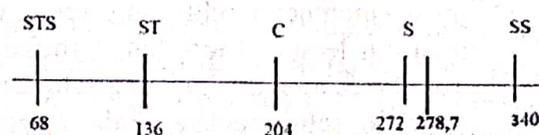
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Prinsip Fathanah (*fairness*)

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Kesetaraan sistem pembayaran	0	3	12	38	15	68
2	Menyalurkan zakat secara adil dan merata	0	0	14	40	14	68
3	Kesetaraan pelayanan	0	0	13	38	17	68
4	Menyediakan layanan konsultasi	0	0	6	30	32	68

Sumber: Hasil Olahan

Tabel 7 menunjukkan bahwa secara keseluruhan pada prinsip fathanah (*fairness*) sangat mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui LAZ RZ. Lembaga tersebut telah menerapkan prinsip *fathanah (fairness)* kepada para *muzakki* dan *mustahiq*, terbukti bahwa terdapat 78% *muzakki* LAZ RZ merasa setuju dengan adanya kesetaraan sistem pembayaran zakat yang sesuai dengan ketentuan jumlah zakat yang dibayarkan, sehingga *muzakki* tidak merasa ada yang dibeda-bedakan, terdapat sebanyak

79,4% *muzakki* memilih setuju bahwa lembaga tersebut menyalurkan zakat kepada *mustahiq* secara adil dan merata, 81% *muzakki* memilih setuju dengan adanya kesetaraan pelayanan yang diberikan amil kepada *muzakki*, dan terdapat 91,2% *muzakki* memilih setuju dengan adanya layanan konsultasi zakat baik secara langsung melalui Ustad ataupun melalui admin lembaga, lebihnya lagi layanan konsultasi ini tersedia untuk masyarakat umum, tidak hanya untuk *muzakki* LAZ RZ tersebut. Dengan demikian muzakki rata-rata memilih setuju pada masing-masing item pertanyaan diatas. Artinya bahwa prinsip fathanah (*fairness*) ini merupakan salah satu hal yang penting untuk lembaga terus mempertahankan prinsip fathanah (*fairness*), sehingga muzakki akan merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan oleh masing-masing lembaga. Subindikator yang paling dominan pada prinsip fathanah (*fairness*) ini adalah muzakki merasa senang dengan adanya layanan konsultasi mengenai zakat untuk masyarakat umum yang membutuhkan layanan tersebut, dengan nilai presentase muzakki memilih setuju sebesar 91,2%. Jika dijumlahkan bobot dari 4 item subindikator tersebut, maka jumlah nilai skor rata-rata kontinum datanya adalah sebesar 278,7. Hal tersebut menunjukkan bahwa prinsip fathanah (*fairness*) berada pada wilayah sangat setuju. Artinya prinsip fathanah (*fairness*) merupakan salah satu faktor yang juga menentukan pilihan muzakki dalam melakukan penyaluran zakat melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya terkait skor prinsip fathanah ini dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Kontinum Data Untuk Prinsip Fathanah LAZ Rumah Zakat

2. Prinsip Tabligh (*transparency*)

Hasil pengolahan menunjukkan bahwa prinsip *Tabligh* mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8.

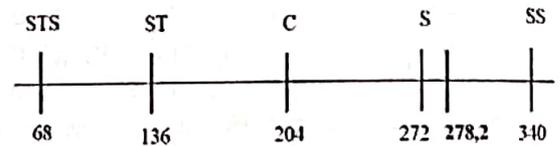
Tabel 8.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Prinsip *Fathanah* (*fairness*)

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Selalu mempublikasikan laporan keuangan	0	3	8	31	26	68
2	Selalu mempublikasikan program pendayagunaan dana	0	2	7	39	20	68
3	Mudah mendapatkan informasi	0	0	10	40	18	68
4	Lembaga menyajikan daftar penerima manfaat dana zakat	2	0	13	38	15	68

Sumber: Hasil Olahan

Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata muzakki LAZ RZ cenderung memilih setuju pada semua indikator prinsip *Tabligh* (*transparency*) bahwa lembaga tersebut telah menerapkan prinsip *Tabligh* (*transparency*), hal tersebut membuktikan bahwa betapa pentingnya prinsip *Tabligh* (*transparency*) sehingga dapat mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut. Terdapat 83,8% muzakki memilih setuju bahwa lembaga selalu mempublikasikan laporan keuangan kepada muzakki melalui media sosial, sebanyak 86,8% muzakki memilih setuju bahwa lembaga tersebut mempublikasikan .. juga laporan pendayagunaan dana yang telah tersalurkan kepada mustahiq, mudahnya muzakki untuk mendapatkan informasi juga mempengaruhi muzakki dalam memilih lembaga tersebut, terbukti pada Tabel 4.8 menunjukkan rata-rata muzakki memilih setuju dengan nilai presentase sebesar 85,3% dan terdapat 78% muzakki memilih setuju bahwa lembaga tersebut menyajikan daftar penerima manfaat. Hal ini menunjukan bahwa kedua lembaga tersebut menurut muzakki ' sangatlah bertanggungjawab dan transparansi

terhadap muzakki, sehingga dengan ini tingkat kepercayaan muzakki akan semakin meningkat terhadap lembaga tersebut. Muzakki LAZ RZ memilih sangat setuju bahwa lembaga tersebut merupakan lembaga yang sangat transparansi mengenai penghimpunan dan pendayagunaan dana zakat yang telah dihimpun oleh masing-masing responden, hal ini menunjukkan bahwa prinsip *Tabligh* (*transparency*) merupakan salah satu hal terpenting bagi muzakki dalam memilih menyalurkan zakat melalui lembaga, hal ini terbukti dari Gambar 8 bahwa nilai kontinum bagi prinsip *transparency* adalah sebesar 278,2 nilai kontinum bagi LAZ RZ.



Gambar 8. Kontinum Data Untuk Prinsip *Tabligh* LAZ Rumah Zakat

Dari uraian berkaitan prinsip *Tabligh* menunjukan bahwa prinsip *Tabligh* (*transparency*) merupakan hal yang sangat mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi muzakki menyalurkan zakat melalui lembaga adalah bahwa lembaga tersebut dapat menyajikan daftar jumlah pendayagunaan zakat yang sudah diterima mustahiq baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan nilai presentase muzakki memilih setuju sebesar 86,8%, dengan begitu muzakki merasa yakin bahwa zakat yang dibayarkan oleh muzakki benar-benar tersalurkan kepada mustahiq. Artinya, lembaga tersebut telah mencapai salah satu syarat sebagai lembaga yang mengikuti prinsip GCG khususnya prinsip *tabligh* (*transparency*).

3. Prinsip *Shiddiq* (*accountbillity*)

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa prinsip *Tabligh* mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 9.

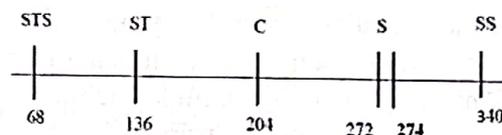
Tabel 9.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Prinsip *Shiddiq* (*accountbillity*)

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Terdapatnya bukti pembayaran	0	2	6	29	31	68
2	Laporan keuangan mudah dipahami	0	0	28	29	11	68

Sumber: Hasil Olahan

Dari kedua subindikator yang dapat dilihat pada Tabel 9 menunjukkan bahwa subindikator yang memiliki bobot paling tinggi adalah mereka memilih sangat setuju dengan selalu mendapatkan bukti pembayaran yang sah setelah bertransaksi/menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut dengan nilai presentase sebanyak 88,2% muzakki memilih setuju dan 58,8% muzakki memilih setuju pada laporan keuangan lembaga yang dipublikasikan baik berupa media sosial maupun media elektronik mudah dipahami oleh muzakki. Hal ini membuktikan bahwa LAZ RZ sangat transparansi dan bertanggung jawab dengan memberikan bukti pembayaran yang sah kepada para muzakki setelah mereka menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Dengan ini, muzakki dapat lebih luwes menyalurkan zakat melalui lembaga karena lembaga tersebut tidak memberikan peluang terhadap unsur kecurangan selama lembaga tersebut selalu memberikan bukti pembayaran yang sah terhadap muzakki. Berdasarkan hal ini maka semua subindikator sangat mempengaruhi muzakki. Alasan utamanya karena lembaga selalu memberikan bukti pembayaran yang sah setelah bertransaksi yakni ditunjukkan dengan muzakki lebih dominan memilih setuju dengan presentase nilai sebesar 88,2% bagi muzakki LAZ RZ. Dari kedua subindikator diatas apabila dihitung nilai

rata-rata dari skor kontinum data sebesar 274 berada pada wilayah sangat setuju, artinya bahwa menurut muzakki lembaga tersebut telah menerapkan salah satu prinsip GCG yaitu prinsip *Shiddiq* (*accountbillity*). Untuk lebih jelasnya berkaitan skor dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Kontinum Data Untuk Prinsip *Shiddiq* LAZ Rumah Zakat

4. Prinsip *Mas'uliyah* (*responsibility*)

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa prinsip *Mas'uliyah* (*responsibility*) mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 10.

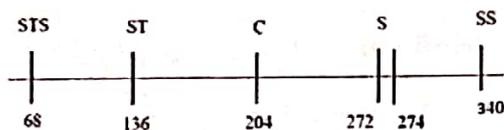
Tabel 10.
Frekuensi Responden Pada Masing-masing Item Prinsip *Shiddiq* (*accountbillity*)

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Lembaga professional	0	1	9	45	15	68
2	Lembaga bertanggungjawab atas dana zakat	0	1	17	29	22	68
3	Lembaga bertanggungjawab atas kerahasiaan data muzakki	2	1	12	35	18	68

Sumber: Hasil Olahan

Tabel 10 menunjukkan bahwa muzakki LAZ RZ memilih setuju bahwa muzakki percaya lembaga mampu professional dalam menghimpun dan menyalurkan dana zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebanyak 85,3%, terdapat 73,5% muzakki setuju bahwa lembaga mampu mempertanggungjawabkan dana yang akan disalurkan kepada mustahiq dengan sasaran yang tepat dan terdapat 78% muzakki percaya bahwa lembaga sepenuhnya bertanggungjawab terhadap kerahasiaan data-data muzakki. Dari keempat subindikator tersebut diperoleh nilai rata-rata kontinum sebesar 274. Muzakki lembaga tersebut memilih sangat setuju pada prinsip *Mas'uliyah*

(responsibility). Hal ini menunjukkan bahwa prinsip *Mas'uliyah* (responsibility) sama-sama memiliki nilai yang penting bagi muzakki dalam memilih menyalurkan zakat melalui lembaga, karena tanpa adanya tanggungjawab dan profesionalisme yang tinggi pada suatu lembaga maka lembaga akan sulit mendapatkan kepercayaan dari para muzakki dan calon muzakki masing-masing lembaga. Untuk lebih jelasnya terkait skor prinsip *Mas'uliyah* (responsibility) dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Kontinum Data Untuk Prinsip *Mas'uliyah* LAZ Rumah Zakat

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan secara keseluruhan dalam bagian analisis ditemukan dua faktor utama yang mempengaruhi muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari pengetahuan, religiusitas, demografi, teknologi dan sosial-budaya. Dari kelima faktor Internal tersebut, faktor yang paling dominan adalah faktor religiusitas dengan nilai rata-rata kontinum sebesar 304,4. Sementara itu, faktor eksternal terdiri dari prinsip *fathanah* (fairness), *Shiddiq* (accountability), *Tabligh* (transparency) dan *Mas'uliyah* (responsibility). Dimana faktor yang paling dominan ialah prinsip *Fathanah* (fairness) dengan nilai kontinum sebesar 278,7.

BIBLIOGRAFI

Akbar, W. J. 2008. Akuntabilitas Keuangan. *Skripsi*, 9.

Antariksa, M. F. 2009. Preferensi Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat. *Skripsi*, 34-36.

Asyaria, K. 2015. Preferensi Dan Keputusan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Profesi Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*, 2.

Badan Pusat Statistika. 2016. *Presentase Penduduk Miskin di Indonesia 2011-2015*. Retrieved from Badan Pusat Statistika: <http://bps.go.id>

Daniri, M. A. 2005. Good Corporate Governance: konsep dan penerapannya dalam konteks Indonesia. *Skripsi*, 23.

Fadillah, S. 2011. Pengaruh Implementasi Pengendalian Intren dan Total Quality Management Terhadap Penerapan Good Governance. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh*, 2-3.

Fakhrus, N. 2016. *Penerapan dan Pengembangan Prinsip-Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan*. Retrieved from Prinsip-Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan: <<https://cuplies.wordpress.com/2007/02/13/penerapan-dan-pengembangan-prinsip-%E2%80%9393-prinsip->

Gilbert A. Churchill, J. 2001. *Dasar-dasar Riset Pemasaran (Terjemahan)*. Wisconsin: Erlangga.

Husein, M. F. 2012. Menata Ulang Sistem Zakat. *Jurnal Ekonomi Islam*.

Jumaizi. 2011. Good Governance Badan Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan dan Loyalitas Muzakki. *Majalah Ilmiah Informatika Vol. 2 No. 3*.

Kahmad, D. 2009. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasar : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Prentice Hall: Selemba Empat. Retrieved Januari 12, 2016.

Kuncaraningsih, H. S. 2014. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Keputusan Muzakki Badan Amil Zaat

- Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta. Skripsi.
- Makhtaf, A. A. 2013. Teori Konsumsi. Retrieved from Economics And Developments Studies: <https://iespuinjkt2012.wordpress.com/2013/11/30/teori-konsumsi-hahslm/>
- Mardan, A. 2014. Zakat Tidak Melalui Lembaga Amil Zakat. Retrieved from LAZNAS Chevron Indonesia: <http://www.laznaschevron.org/zakat-tidak-melalui-lembaga-amil-zakat/>
- Mokhlis, S. 2009. Relevancy and Measurement of Religiosity in Costumer Behavior Research. International Business Research Vol. 2 No. 3, 75-84.
- Mufraini, A. 2006. Akuntansi dan Manajemen Zakat, Mengkomunikasikan Kesadaan dan Membangun Jaingan. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- Mus'ab, A. 2011. Pengaruh Religiusitas, Tingkat Penghasilan dan Layanan Terhadap Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal di LAZIS NU. Skripsi.
- Purbasari, A. R. 2010. Materi Fiqh. Bandung: MHedia Pustaka.
- Republika. 2014. Perkembangan Lembaga Amil Zakat. Retrieved from Republika: <http://republika.com>
- Rianse, U. 2012. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Bandung: Alfabetha.
- Rouf, M. A. 2011. Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Semarang. Skripsi.
- Salis, N. F. 2007. Penerapan dan Pengembangan Prinsip-Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan Syariah.
- Salvatore. 1997. Teori Mikroekonomi, Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, N. J. 2008. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2015. Perilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syafitri, D. P. 2014. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Vabang Kediri . Jestt Vol. 1 No. 2 , 141-142.
- Syalabi, A. 1994. Sejarah Kebudayaan Islam, terj Mukhtar yahya (cet VII; hal 144). . Jakarta: Mutiara.
- Undang-Undang RI. 1999. UU No. 38 Tentang Pengelolaan Zakat. Pemerintah Indonesia. Jakarta.
- Yenny. 2013. Prinsip-Prinsip Good Governance. e-journal, 198.
- Zakat, R. 2016. Profil Rumah Zakat. Retrieved from Rumah Zakat: <http://www.rumahzakat.org>