

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD LUTHFI IRWANDA
NIM. 160603070**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M / 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Luthfi Irwanda

NIM : 160603070

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini saya

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 01 Mei 2023

Yang Menyatakan



Muhammad Luthfi Irwanda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Muhammad Luthfi Irwanda
NIM. 160603070

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II,



Ana Fitria, S.E., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

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

Muhammad Luthfi Irwanda
NIM. 160603070

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: 11 Juli 2023 M
Selasa, 29 Dzulhijjah 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,

Ana Fitria, S.E., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Penguji I,

Marwiyati, S.E., M.M
NIP. 197404172005012002

Penguji II,

Rachmi Meutia, S.E., S.Pd.I., M.Sc.
NIP. 198803192019032013

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA
ACEH UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Luthfi Irwanda

NIM : 160603070

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 160603070@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

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

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 23 Juli 2023

Mengetahui:

Penulis,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Muhammad Luthfi Irwanda
NIM. 160603070


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003


Ana Fitria, S.H., M.Sc
NIP. 199009052019032019

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita panjatkan kepada Nabi kita Muhammad SAW yang telah membawa kita dari yang tidak berilmu pengetahuan menjadi berlimpah dengan ilmu pengetahuan dan selalu kita nantikan syafa'atnya di akhirat nanti. Penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”** bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Proses dalam penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Namun, berkat bimbingan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terhormat kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah

membantu penulis, baik dukungan moril maupun sarana prasarana pembelajaran.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., dan Inayatillah, MA.Ek. sebagai Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., dan Ana Fitria, S.E., M.Sc sebagai Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat dan segala ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Marwiyati, S.E., M.M dan Rachmi Meutia, S.E., S.Pd.I., M.Sc. selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan untuk skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
6. Seluruh Dosen, Pegawai, dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu selama masa perkuliahan., serta kepada Pengurus dan Pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dan Ruang Baca FEBI yang sudah menyediakan fasilitas untuk studi kepustakaan.

7. Orang tua tercinta Ayahanda dan ibunda tercinta yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih juga kepada Adik yang saya sayangi karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan saya tanpa henti agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

8. Sahabat-sahabat yang sangat saya sayangi yang turut berjasa dalam segala hal terutama membantu penulis dalam suka maupun duka, memberikan dukungan moril dan materil. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Semoga segala jasa bantuan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang. Akhir kata kita berdoa kehadirat Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan. Amin

Ya Rabbal ‘Alamin.Seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan dan kerjasama demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda.
Amin ya Rabbal’alamin.

Banda Aceh, 01 Mei 2023

Penulis

Muhammad Luthfi Irwanda



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
أَئِ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
أَوْ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:



رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl/ raudatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَة	: <i>Talhah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Muhammad Luthfi Irwanda
NIM : 160603070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
Pembimbing II : Ana Fitria, S.E., M.Sc

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

Kata Kunci: Pengetahuan, Kepercayaan, Pelayanan, Minat Muzakki, Baitul Mal Kota Banda Aceh

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Zakat.....	12
2.1.1 Pengertian Zakat.....	12
2.1.2 Rukun dan Syarat Zakat	13
2.1.3 Jenis Zakat.....	17
2.2 Minat Muzakki	19
2.2.1 Pengertian Minat	19
2.2.2 Macam-macam Minat	20
2.2.3 Proses Terbentuknya Minat.....	22
2.2.4 Indikator Minat.....	23
2.3 Pengetahuan.....	24
2.3.1 Pengertian Pengetahuan	24
2.3.2 Sumber Pengetahuan.....	25

2.3.3	Jenis Pengetahuan	26
2.3.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	28
2.3.5	Indikator Pengetahuan.....	30
2.4	Kepercayaan	31
2.4.1	Pengertian Kepercayaan.....	31
2.4.2	Indikator Kepercayaan	32
2.5	Pelayanan.....	35
2.5.1	Pengertian Pelayanan	35
2.5.2	Bentuk-Bentuk Pelayanan.....	36
2.5.3	Indikator Pelayanan.....	38
2.6	Penelitian Terdahulu.....	39
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	43
2.7.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki.....	43
2.7.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki.....	45
2.7.3	Pengaruh Pelayanan Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki	46
2.7.4	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki.....	47
2.8	Kerangka Pemikiran	47
BAB III	METODE PENELITIAN	49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5	Variabel Penelitian	52
3.5.1	Variabel Dependen.....	52
3.5.2	Variabel Independen	53
3.6	Skala Pengukuran	54
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	55
3.7.1	Uji Validitas	55
3.7.2	Uji Reliabilitas	56

3.8	Uji Asumsi Klasik	56
3.8.1	Uji Normalitas	56
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas	57
3.8.3	Uji Multikolinieritas	58
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.10	Uji Hipotesis	59
3.10.1	Uji Parsial (Uji-t)	59
3.10.2	Uji Simultan (Uji-F)	60
3.11	Koefisien Determinasi (R^2)	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Gambaran Umum Baitul Mal Kota Banda Aceh. 62	
4.1.1	Sejarah Singkat Baitul Mal Kota Banda Aceh	62
4.1.2	Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh	63
4.1.3	Struktur Organisasi Baitul Mal Kota Banda Aceh	63
4.2	Gambaran Pengumpulan Zakat Baitul Mal Kota Banda Aceh.....	65
4.3	Karakteristik Responden.....	66
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Muzakki	71
4.4	Deskripsi Variabel	72
4.4.1	Variabel Pengetahuan.....	72
4.4.2	Variabel Kepercayaan Muzakki	73
4.4.3	Variabel Kualitas Pelayanan	75
4.4.4	Variabel Minat Muzakki	77
4.5	Hasil Penelitian.....	78
4.5.1	Statistik Deskriptif	78
4.5.2	Uji Validitas	79

4.5.3 Uji Reliabilitas	81
4.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5.4.3 Uji Multikolonieritas.....	84
4.5.5 Analisis Linear Berganda.....	85
4.5.6 Uji Hipotesis (Uji-t)	86
4.5.7 Uji Simultan (Uji-F).....	87
4.5.8 Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	88
4.6 Pembahasan	89
4.6.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh	89
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh	92
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh.....	93
4.6.4 Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh	95
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Muzakki dan Zakat Terhimpun di Baitul Mal Kota Banda Aceh Tahun 2015-2020	4
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	41
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	53



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	46



LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	63



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

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

Demi mewujudkan penegakan kewajiban zakat, pembentukan badan amil atau pihak pengelola zakat sangat penting dalam kehidupan umat Islam. Di Indonesia terdapat lembaga pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian dana zakat, infak dan sedekah yaitu Badan Amil Zakat dari tingkat Nasional (BAZNAS) sampai dengan Badan Amil Zakat tingkat daerah (BAZDA). Selain itu, ada juga lembaga non pemerintah yang diberi nama Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dan juga Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA). Setiap dana zakat, infak, dan sedekah yang berhasil dikumpulkan oleh

BAZNAS atau LAZNAS akan disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya yang diharapkan mampu mengurangi tingkat perbedaan pendapatan dalam masyarakat. Sistem pengelolaan zakat di Indonesia di atur dalam Undang-Undang RI No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang di dalamnya mengatur tentang pengelolaan zakat dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan sampai pada tahap pendistribusian dan pendaayagunaannya (BAZNAS, 2021).

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

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

Berdasarkan hasil kajian Puskas BAZNAS terkait Indeks Pemetaan potensi zakat, tercatat bahwa pada tahun 2021 perkiraan potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327,6 triliun pertahun. Masyarakat Indonesia memang terbukti sebagai masyarakat dermawan. Hal tersebut tergambarkan melalui penetapan Indonesia sebagai negara paling dermawan menurut *World Giving Index* 2021. Secara khusus, fenomena serupa juga terjadi pada para muzaki berdasarkan penelitian yang dilakukan Puskas (Pusat Kajian Strategis) pada tahun 2021 di mana 97% muzaki melakukan donasi meski dalam masa pandemi. Akan tetapi meskipun demikian, realisasinya sejauh ini baru mencapai Rp71,4 triliun, sangat jauh jika dibandingkan dengan perkiraan potensi zakatnya. Padahal zakat memiliki banyak manfaat. Manfaat zakat sebagai *instrument people to people transfer* seharusnya bisa menjadi jalan keluar terbaik untuk mengurangi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi (Puskas, 2021).

Perbedaan potensi zakat dengan realisasinya umumnya terjadi karena pelaporan data zakat dari masing-masing provinsi yang tidak mencapai target. Hal ini dapat dilihat pada salah satu Lembaga Amil Zakat di Aceh, yaitu Baitul Mal Kota Banda Aceh. Nama Baitul Mal Kota Banda Aceh mulai dikenal tahun 2004 sebagai Lembaga Amil Zakat yang dibentuk berdasarkan UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Kemudian lahirnya Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 tanggal 17 Januari 2008 tentang Baitul Mal sebagai turunan dari Undang-Undang Pemerintah Aceh yang mana di dalam pasal 3 ayat 1 menyebutkan bahwa Baitul Mal

Kota Banda Aceh adalah lembaga daerah Non struktural yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat independen sesuai dengan ketentuan syariat dan bertanggung jawab kepada gubernur. Dalam pelaksanaannya Baitul Mal Kota Banda Aceh mempunyai Badan pelaksana yang terdiri atas beberapa bidang yaitu: (1) Bidang Pengawasan, (2) Pengumpulan, (3) Pendistribusian dan Pendaayagunaan, (4) Sosialisasi, dan (5) Bidang Perwalian. Dalam operasionalnya Baitul Mal Kota Banda Aceh mempunyai unit pengumpul zakat yang selanjutnya disebut UPZ adalah satuan organisasi yang di bentuk oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh dan Kabupaten/Kota dengan tugas mengumpulkan zakat para pembayar zakat (*muzakki*) pada instansi pemerintah dan lingkungan swasta (Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2021).

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

Tabel 1.1
Jumlah Muzakki dan Zakat Terhimpun di Baitul Mal Kota
Banda Aceh Tahun 2015-2021

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

Sumber: Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan data jumlah muzakki yang terus mengalami peningkatan sejak tahun 2015 sampai 2021. Bahkan tahun 2018 terjadi peningkatan yang signifikan yaitu 110,14%. Peningkatan jumlah muzakki tersebut diikuti pula dengan meningkatnya jumlah penghimpunan dana zakat. Namun jumlah dana zakat yang terhimpun masih fluktuatif belum mencapai kestabilan setiap tahunnya.

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

Adapun salah satu kendala dalam optimalisasi penghimpunan zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh yaitu rendahnya tingkat kesadaran muzakki untuk membayar zakat

(Anggita dan Yuliafitri, 2020). Tingkat kesadaran muzakki ini dapat diartikan sebagai minat muzakki. Minat merupakan kecenderungan, keinginan, dan kegairahan yang tinggi dari seseorang untuk memperoleh suatu objek (Susanto, 2013). Minat muzakki merupakan komponen dari perilaku konsumen untuk menggunakan, kecenderungan untuk bertindak sebelum terlaksananya sebuah keputusan. Di mana minat muzakki dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan (Hamzah, 2021).

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

Kepercayaan menurut istilah adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena belum maksimalnya kepercayaan para muzakki terhadap lembaga pemerintah yang mengelola zakat, menyebabkan kurangnya minat muzakki itu sendiri, sehingga para muzakki lebih senang membayarkan zakatnya secara langsung kepada mustahik (Ahmad,

Wahid, dan Mohamad, 2006). Di Aceh pada umumnya banyak muzaki yang membayarkan zakatnya langsung kepada mustahik tanpa melalui lembaga amil zakat, dimana hal ini tentu saja menyebabkan data pembayaran dari muzaki tidak terdata oleh pengelola zakat (Putri, 2021). Sehingga terjadilah perbedaan antara potensi dan realisasi zakat.

Selain itu kurangnya minat muzakki ini tentu tidak terlepas dari pelayanan yang diberikan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh. Pelayanan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pelayanan akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila kegiatan-kegiatan dalam pemasaran jasa tersebut dapat merebut atau menarik minat nasabah. Kendati demikian sebagian pegawai pemerintah masih ada yang belum maksimal bekerja menjalankan fungsi pelayanan, bahkan masyarakat menilai adanya budaya korupsi pada lembaga pemerintah dalam mengelola dana publik. Permasalahan inilah yang menyebabkan para muzakki memilih menyerahkan zakat secara langsung kepada mustahik ataupun melalui para tokoh agama.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Yuliafitri (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan dan pelayanan amil zakat berpengaruh terhadap minat muzakki, hanya variabel pengetahuan yang tidak memiliki pengaruh terhadap minat muzakki. Sedangkan penelitian serupa dilakukan oleh Hamzah dan Kurniawan (2020) yang menyatakan bahwa semua variabel serupa berpengaruh

terhadap minat muzakki. Sehubungan dengan uraian ini maka terdapat *gap* antara penelitian yang satu dengan yang lain yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut tentang **“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, peneliti ingin merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan secara bersama-sama terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan secara bersama-sama terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. **Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi (sumber acuan) bagi mahasiswa, dan juga bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menambah literatur pada penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang. Selain itu, dapat memperkaya pengetahuan, memberikan informasi serta dapat mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya mengenai pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat agar dapat digunakan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh untuk dijadikan bahan masukan, pertimbangan, dan solusi pengembangan manajemen dalam sebuah kelembagaan khususnya bagi para pengambil kebijakan Baitul Mal Kota Banda Aceh yang dapat membantu meningkatkan minat muzakki di Aceh.

3. Manfaat Kebijakan

Adapun penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi pemerintah dalam mengambil kebijakan untuk merekonstruksi hal-hal yang dianggap penting dan berkaitan untuk kelangsungan sosial ekonomi masyarakat.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab yaitu: bab I pendahuluan, bab II landasan teori, bab III metode penelitian, bab IV hasil penelitian dan pembahasan, dan bab V penutup.

Bab I dalam penelitian ini adalah pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang penelitian yang menjelaskan secara singkat mengenai fenomena minat muzakki dalam membayar zakat yang kemudian dirumuskan dalam beberapa poin rumusan masalah. Dalam bab ini juga dipaparkan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian sendiri.

Bab II ini berisikan landasan teori, temuan penelitian terkait, dan kerangka berpikir. Dimana landasan teori ini memuat teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian seperti teori minat, pengetahuan dan zakat. Temuan penelitian terkait ini diperlukan guna memperkuat teori yang telah dipaparkan serta memberikan penjelasan singkat mengenai persamaan dan perbedaan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Kemudian hal ini dilanjutkan dengan membentuk kerangka berpikir yang akan diteliti.

Bab III berisikan tentang uraian metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian yang meliputi jenis penelitian, data dan statistik perolehannya, dan metode analisis data.

Bab IV berisikan hasil penelitian dan pembahasan. Hal yang dimuat dalam bab ini dapat berupa hasil proses analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan.

Bab V berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan memuat pembahasan singkat mengenai hasil penelitian yang diperoleh. Sedangkan saran menjelaskan keterbatasan penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

Bagian akhir dalam penulisan penelitian ini adalah daftar pustaka yaitu referensi yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian serta lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Zakat

2.1.1 Pengertian Zakat

Zakat adalah bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah mencapai syarat yang ditetapkan. Sebagai salah satu rukun Islam, Zakat ditunaikan untuk diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (*asnaf*) (BAZNAS, 2021). Zakat merupakan ibadah *maaliyyah ijtimaiyyah* yang memiliki posisi sangat penting, strategis, dan menentukan, baik dilihat dari segi pembangunan kesejahteraan umat manusia, maupun dari sisi ajaran Islam. Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat memiliki beberapa makna, yaitu *al-barakatu* (keberkahan) *al-namaa* (pertumbuhan dan perkembangan), *ath-thahharatu* (kesucian) dan *ash-shalahu* (keberesan). Sesuatu dikatakan zakat apabila ia tumbuh dan berkembang.

Menurut istilah, meskipun para ulama menyampaikannya dengan bahasa yang berbeda-beda antara satu sama lainnya, namun pada intinya tetap sama, yaitu zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya (mustahik zakat), dengan persyaratan tertentu pula (Alhafidz, 2013).

Menurut para ulama ahli fikih, zakat yaitu menyerahkan harta secara putus yang telah ditentukan oleh syariat kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Zakat merupakan hak Allah SWT yang harus dipenuhi terhadap harta tertentu (Ali, 2012). Harta yang dikeluarkan untuk zakat itu disebut zakat karena zakat itu mensucikan diri dari kotoran kikir dan dosa, dan menyuburkan harta atau memperbanyak pahala yang akan diperoleh mereka yang mengeluarkannya.

Zakat merupakan manifestasi dari kegotongroyongan antara para hartawan dengan fakir miskin. Pengeluaran zakat merupakan perlindungan bagi masyarakat dari bencana kemasyarakatan, yaitu kemiskinan, kelemahan baik fisik maupun mental (Alhafidz, 2013). Dalam Al-Qur'an surah At-Taubah Ayat ayat 103 berbunyi:

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

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui” (Q.S. At-Taubah [09]:103).

2.1.2 Rukun dan Syarat Zakat

Adapun rukun dan syarat zakat adalah mencakup hal-hal sebagai berikut (Nurhayati & Wasilah, 2015).

1. Rukun Zakat

Zakat ialah mengeluarkan sebagian dari nisab (harta), dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang fakir, dan menyerahkannya kepadanya atau harta tersebut diserahkan kepada wakilnya; yakni imam atau orang yang bertugas untuk memungut zakat.

2. Syarat Zakat

Mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para ulama, bahwa syarat wajib zakat adalah:

- a. Merdeka, menurut jumhur ulama zakat wajib bagi seorang tuan karena dia-lah yang memiliki harta secara penuh. Menurut Imam Malik tidak ada kewajiban zakat pada harta milik seorang hamba sahaya, baik atas nama hamba sahaya itu sendiri maupun atas nama tuannya karena harta milik hamba sahaya tidak sempurna (*naqish*), padahal zakat pada hakikatnya hanya diwajibkan pada harta yang dimiliki secara penuh.
- b. Muslim. zakat merupakan salah satu rukun Islam. Oleh karena itu, zakat hanya diwajibkan bagi kaum Muslim saja, tidak diwajibkan pada orang-orang non-muslim.
- c. Baligh dan berakal Sehat. Anak-anak yang belum baligh dan orang-orang yang kehilangan akal sehatnya tidak wajib mengeluarkan zakat, kewajiban zakat tersebut dibebankan kepada walinya atau orang yang mengurus hartanya, seperti anak yatim yang mempunyai harta dan

telah memenuhi syarat untuk dikeluarkan zakatnya (Sari, 2006: 21), hal ini sebagaimana Hadits Nabi SAW, Rasulullah bersabda “Niagakanlah harta-harta anak yatim (jangan dibiarkan saja) supaya tidak habis dimakan oleh zakat” (HR.Tarmidzi)

- d. Harta, harta tersebut harus berada dalam kontrol dan kekuasaannya secara penuh dan dapat diambil manfaatnya secara penuh, atau menurut sebagian ulama harta itu berada di tangan pemiliknya, di dalamnya tidak tersangkut dengan hak orang lain, serta didapatkan melalui proses pemilikan yang halal, seperti: usaha, warisan, pemberian negara atau orang lain, serta cara-cara lain yang sah.
- e. Berkembang, harta tersebut merupakan harta yang dapat berkembang atau berpotensi untuk dikembangkan, seperti melalui perdagangan, kegiatan usaha, pembelian saham, atau ditabungkan. Harta yang tidak dapat berkembang, maka tidak wajib dizakati. Syarat ini ditetapkan dengan tujuan agar setiap muslim semakin giat untuk memproduksi harta kekayaannya. Harta yang diproduksi akan selalu berkembang dari waktu ke waktu (Qardhawi, 2014: 24).
- f. Mencapai nisab, artinya adalah harta tersebut telah mencapai batas minimal dari harta yang wajib dizakati. Sedangkan untuk harta yang belum mencapai nishab

terbebas dari zakat. Persyaratan adanya nishab ini merupakan suatu keniscayaan sekaligus merupakan suatu kemaslahatan, sebab zakat itu diambil dari orang yang kaya dan diberikan kepada orang-orang yang tidak mampu, seperti fakir dan miskin (mustahik zakat). Indikator kemampuan itu harus jelas, dan nishablah indikator kejelasan tersebut.

- g. Lebih dari kebutuhan pokok. Sebagian ulama mazhab Hanafi mensyaratkan kewajiban zakat setelah terpenuhi kebutuhan pokok, atau dengan kata lain zakat dikeluarkan setelah terdapat kelebihan dari kebutuhan hidup sehari-hari. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan primer, misalnya sandang, pangan, dan papan.
- h. Bebas dari hutang. Orang yang mempunyai hutang yang besarnya sama atau mengurangi senishab yang harus dibayar pada saat yang bersamaan, maka harta tersebut tidak wajib zakat (Qardhawi, 2014: 21 155). Zakat tidak wajib atas seseorang yang memiliki hutang, oleh karena hak orang yang memberi hutang lebih dahulu masanya dari pada hak fakir miskin.
- i. Mencapai haul. Artinya adalah bahwa harta tersebut telah mencapai batas waktu bagi harta yang wajib dizakati, yaitu telah mencapai masa satu tahun. Haul hanya berlaku bagi harta-harta tertentu, seperti, perdagangan peternakan, emas dan perak. Sedangkan untuk hasil

pertanian, buah-buahan dan *rikaz* (barang temuan) tidak ada haulnya.

2.1.3 Jenis Zakat

Secara umum, zakat terbagi menjadi dua macam, yaitu (Gurning dan Ritongan, 2015);

1. Zakat fitrah/zakat jiwa (*nafs*) adalah zakat yang berfungsi mengembalikan manusia muslim kepada fitrahnya, dengan menyucikan jiwa mereka dari kotoran-kotoran (dosa-dosa) yang disebabkan oleh pengaruh pergaulan dan sebagainya sehingga manusia itu menyimpang dari fitnahnya. Zakat fitrah harus mengeluarkan 2,5 kg makanan pokok (yang senilai) yang bersangkutan (setiap orang islam besar, kecil, tua muda, tuan dan hamba) diberikan kepada yang berhak menerima (*mustahiq*). Waktunya sampai dengan pelaksanaan Idul Fitri.
2. Zakat harta/zakat maal ialah zakat yang dikenakan atas harta (*maal*) yang dimiliki oleh seseorang atau lembaga dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan. Zakat mal meliputi zakat profesi, binatang ternak, seperti sapi, unta, kerbau dan kambing, emas, perak, makanan yang mengenyangkan dan sejenisnya, buah-buahan, harta perniagaan. Dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 34 disebutkan mengenai kewajiban membayar zakat untuk Emas dan Perak. Ayat tersebut berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ
النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيُضِلُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ
وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih” (Q.S. At-Taubah [09]:34).

Selain itu, dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 267 disebutkan kewajiban untuk membayar zakat harta perniagaan. Ayat tersebut berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S. Al-Baqarah [02]:267).

2.2 Minat Muzakki

2.2.1 Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang mempunyai ketertarikan ataupun perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari bahkan berani mengambil tindakan untuk membuktikannya lebih lanjut. Minat muncul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, di mana kemudian perhatian itu menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari serta membuktikan lebih lanjut (Darmadi, 2017).

Mukmin (2014) berpendapat bahwa minat merupakan kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, sesuatu, seseorang, dan situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Jadi minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, jika tidak demikian minat itu tidak memiliki arti sama sekali. Minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan kebutuhan atau keinginan sendiri, dengan kata lain adanya kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang adalah sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

Minat seseorang terhadap suatu objek menyebabkan perhatian orang itu selalu tertuju pada objek tersebut. Hal inilah yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan yang berlangsung terus menerus yang membutuhkan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya lebih selektif terhadap objek minatnya (Phahmadita, 2014: 9). Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini membayar zakat Baitul mal Banda Aceh (Muliadi, 2014: 44).

2.2.2 Macam-macam Minat

Adapun minat dapat dibedakan berdasarkan klasifikasi berikut (Mukmin, 2014):

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena adanya proses belajar.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

3. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu: pertama *Expressed interest*, di mana minat ini diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang paling tidak disenangi. Kedua *Manifest interest*, minat ini diungkapkan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya. Ketiga *Tested interest*, minat ini diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil jawaban tes obyektif yang ada. Keempat *Inventoried interest*, minat ini diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, berisi pertanyaan-pertanyaan kepada subyek (Rouf, 2014: 30).
4. Berdasarkan asalnya minat dibagi dua, yaitu Minat yang berasal dari pembawaan, minat ini timbul dengan sendirinya dari masing-masing individu, biasanya hal ini dipengaruhi oleh faktor keturunan atau bakat alami. Kedua Minat yang muncul karena pengaruh luar individu, minat ini timbul bersamaan dengan proses perkembangan individu yang bersangkutan. Minat ini dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, kebiasaan, maupun adat istiadat di daerah setempat.

Sebab timbulnya minat pada diri seseorang terbagi dua, yang pertama yaitu minat spontan di mana minat ini timbul secara spontan dari dalam diri individu seseorang tanpa adanya pengaruh dari pihak

luar, dan yang kedua adalah minat terpola di mana minat ini timbul sebagai akibat adanya pengaruh dari aktivitas yang terencana dan terpola.

2.2.3 Proses Terbentuknya Minat

Dari bukunya Abu Ahmadi “Psikologi Umum”, mengungkapkan bahwa minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu terdapat unsur perasaan yang kuat (Ahmadi, 2018). Menurutnya, ada tiga hal yang dapat digunakan sebagai acuan dalam proses terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

1. Kognisi (Gejala pengenalan), yaitu kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dan sebagainya). Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal (Wardiana, 2014). Kognisi ini merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.
2. Konasi (kemauan), merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan

pelaksanaan suatu tujuan (Ahmadi, 2018). Konasi atau kemauan dapat disamakan dengan kehendak atau hasrat. Kehendak itu merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat disebutkan kekuatan dari dalam, sedangkan dari luar itu sebagai gerak-gerik.

3. Emosi merupakan kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya (Wardiana, 2014). Emosi juga dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Artinya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.

2.2.4 Indikator Minat

Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yang dikenal dengan sebutan dimensi minat sebagai berikut. (Ferdinand 2002:192)

1. Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli membayar zakat pada Baitul Mal.

2. Minat refrensional

Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya. Seorang yang sudah membayarkan zakat pada

Baitul Mal akan merefrensikan hal tersebut kepada orang lain, agar dapat membayar zakat pada baitul mal juga.

3. Minat preferensi

Minat preferensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Zakat merupakan hal yang utama bagi masyarakat muslim.

4. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Seorang muzakki akan sangat senang mencari informasi yang berhubungan dengan zakat.

2.3 Pengetahuan

2.3.1 Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*). Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini yang akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap makin positif

terhadap objek tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pada saat seseorang memakai akal budinya untuk mengenali suatu kejadian tertentu yang belum pernah dirasakan sebelumnya itu dapat memunculkan sebuah pengetahuan (Suhartono, 2017).

Pengetahuan akan sebuah produk jasa tentunya memberikan nilai tersendiri terhadap penggunaan suatu produk, dimana dengan adanya pengetahuan tentunya minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan produk jasa Baitul Mal tersebut oleh karena itu pihak pengelola Baitul Mal terus berupaya melakukan pemasaran produknya salah satunya melalui media masa yang efektif, sehingga dengan adanya informasi tersebut, minat nasabah akan produk jasa tersebut memiliki nilai positif dan nasabah akan lebih mempeunyai keinginan besar untuk menggunakan produk jasa tersebut.

2.3.2 Sumber Pengetahuan

Menurut Meliono (2017) Pengetahuan diperoleh melalui beberapa proses pembelajaran, yaitu sebagai berikut:

1. Pembelajaran kognitif (*cognitive learning*) didefinisikan sebagai proses dimana orang membentuk asosiasi diantara konsep, belajar urutan konsep seperti, menghafalkan daftar, menyelesaikan masalah, dan mendapatkan masukan. Pembelajaran seperti ini melibatkan hipotesis intuisi proses pembangkitan dimana orang mengadaptasi kepercayaan mereka untuk membuat data baru menjadi masuk akal. Jadi,

pembelajaran kognitif adalah sebuah proses aktif dimana orang berusaha untuk mengendalikan informasi yang mereka dapatkan.

2. Pembelajaran melalui pendidikan (*learning through education*) adalah memperoleh pengetahuan melalui iklan, wiraniaga, dan usaha konsumen sendiri dalam mencari data.
3. Pembelajaran melalui pengalaman (*learning through experience*) adalah memperoleh pengetahuan melalui kontak nyata dengan produk. Pembelajaran melalui pengalaman umumnya merupakan sarana yang lebih efektif untuk mendapatkan pengetahuan bagi konsumen. Pembelajaran ini mempromosikan pencarian kembali dan pengingatan yang lebih baik karena konsumen terlibat dalam pengalaman pembelajaran, dan informasi yang diperoleh lebih jelas, konkrit, dan penting.

2.3.3 Jenis Pengetahuan

Menurut Irmayanti, dkk (2017) terdapat beberapa jenis pengetahuan yaitu:

1. Pengetahuan Implisit

Pengetahuan implisit adalah pengetahuan yang masih tertanam dalam bentuk pengalaman seseorang dan berisi faktor-faktor yang tidak bersifat nyata seperti keyakinan pribadi, perspektif, dan prinsip. Pengetahuan diam seseorang biasanya sulit untuk ditransfer ke orang lain baik secara

tertulis ataupun lisan. Kemampuan berbahasa, mendesain, atau mengoperasikan mesin atau alat yang rumit membutuhkan pengetahuan yang tidak selalu bisa tampak secara eksplisit, dan juga tidak begitu mudahnya untuk mentransferkannya ke orang lain secara eksplisit.

2. Pengetahuan Eksplisit

Pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang telah didokumentasikan atau disimpan dalam wujud nyata berupa media atau semacamnya. Dia telah diartikulasikan ke dalam bahasa formal dan bisa dengan relatif mudah disebarkan secara luas. Informasi yang tersimpan di ensiklopedia (termasuk Wikipedia) adalah contoh yang bagus dari pengetahuan eksplisit. Bentuk paling umum dari pengetahuan eksplisit adalah petunjuk penggunaan, prosedur, dan video *how-to*. Pengetahuan juga bisa termediakan secara *audiovisual*. Hasil kerja seni dan desain produk juga bisa dipandang sebagai suatu bentuk pengetahuan eksplisit yang merupakan eksternalisasi dari keterampilan, motif dan pengetahuan manusia.

3. Pengetahuan Impiris

Pengetahuan yang lebih menekankan pengamatan dan pengalaman inderawi dikenal sebagai pengetahuan empiris atau pengetahuan *aposteriori*. Pengetahuan ini bisa didapatkan dengan melakukan pengamatan yang dilakukan secara empiris dan rasional. Pengetahuan empiris tersebut

juga dapat berkembang menjadi pengetahuan deskriptif bila seseorang dapat melukiskan dan menggambarkan segala ciri, sifat, dan gejala yang ada pada objek empiris tersebut. Pengetahuan empiris juga bisa didapatkan melalui pengalaman pribadi manusia yang terjadi berulang kali. Misalnya, seseorang yang sering dipilih untuk memimpin organisasi dengan sendirinya akan mendapatkan pengetahuan tentang manajemen organisasi.

4. Pengetahuan Rasionalisme

Pengetahuan rasionalisme adalah pengetahuan yang diperoleh melalui akal budi. Rasionalisme lebih menekankan pengetahuan yang bersifat apriori; tidak menekankan pada pengalaman.

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Suhartono (2017) menyatakan bahwa pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk

mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat.

2. Media dan Informasi

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (*immediate impact*) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.

3. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

2.3.5 Indikator Pengetahuan

Menurut Sumarwan (2012:148) membagi pengetahuan muzakki ke dalam tiga macam yaitu sebagai berikut.

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk zakat. Pengetahuan ini meliputi tata cara pembayaran zakat pada Baitul Mal, persyaratan yang harus dipenuhi, dan besaran zakat yang harus dibayarkan.

2. Pengetahuan pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh muzakki untuk memperoleh suatu produk zakat. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana muzakki dapat membayar zakat dan kapan membayar zakat tersebut. ketika muzakki memutuskan akan membayar zakat, maka ia akan menentukan dimana ia dapat membayar zakat tersebut dan kapan waktunya. Keputusan muzakki mengenai tempat pembayaran zakat akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada calon muzakki dimana ia bisa membayar zakat tersebut.

3. Pengetahuan pemakaian

Suatu produk zakat akan memberikan manfaat kepada muzakki jika zakat tersebut telah digunakan atau disalurkan kepada mustahik. Agar zakat tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada

muzakki, maka baitul mal harus bisa menyalurkan zakat tersebut dengan benar.

2.4 Kepercayaan

2.4.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan seseorang bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman (Rouf, 2014: 34).

Kepercayaan pada dasarnya merupakan kemauan seseorang untuk mengandalkan pihak yang lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap Integritas (kejujuran pihak yang terpercaya), *Benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *Competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *Predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Sama halnya dengan kepercayaan konsumen pada suatu produk, kepercayaan Muzakki terhadap suatu badan atau lembaga pengelola zakat sangatlah diperlukan. Tanpa adanya rasa percaya

Muzakki terhadap badan atau lembaga pengelola zakat maka seorang Muzakki tidak akan mau menyalurkan zakatnya pada suatu lembaga, mereka akan menyalurkannya sendiri langsung kepada para mustahik dan akan hilangnya eksistensi badan atau lembaga amil zakat. Model kepercayaan organisasional memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan (*propensity*) dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai. Kecenderungan akan mempengaruhi seberapa banyak kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk orang yang dipercaya. Kepercayaan melibatkan loncatan kognitif melampaui harapan-harapan yang dijamin oleh dasar pemikiran dan pengalaman (Kurniati, 2015).

2.4.2 Indikator Kepercayaan

Aspek untuk mengukur kepercayaan Muzakki terhadap Baitul Mal dalam penelitian ini ada tujuh, yaitu *core values* yang mendasari terbangunnya sebuah kepercayaan , yaitu:

1. Keterbukaan

Kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara pihak Baitul Mal dan muzakki agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain (Wibowo, 2016: 380).

2. Kompeten

Adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas di bidang penyaluran zakat tersebut.

3. Kejujuran

Kejujuran merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang bersifat merugikan yang lain. Jujur bermakna keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain jujur adalah berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Dalam penerapannya, secara hukum tingkat kejujuran baitul mal biasanya dinilai dari ketepatan pengakuan atau apa yang dilaporkan dengan kebenaran dan kenyataan yang terjadi.

4. Integritas

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, baitul mal berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Pegawai yang bekerja di Baitul Mal harus berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip

kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

5. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki pegawai baitul mal untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau kepada muzakki. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya pikir) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

6. *Sharing*

Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. *Sharing* merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena mempunyai manfaat nilai psikologis yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik antara satu sama lain. Termasuk di dalamnya *sharing* informasi, ketrampilan, pengalaman dan keahlian.

7. Penghargaan

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

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan

lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahik zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Di samping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan. Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat di lembaga amil zakat.

2.5 Pelayanan

2.5.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang memiliki sifat tidak bisa diraba dan terjadi sebagaimana adanya akibat interaksi antara karyawan dengan konsumen atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan secara umum adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan adanya pelayanan ini maka kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2015).

Selanjutnya dalam pengertian lain pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui prosedur, sistem dan metode dalam rangka memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, maka dari itu bisa

ditetapkan standart baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standart manajemen dapat mengawasi, mengevaluasi dan merencanakan, kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan pihak-pihak yang mendapat pelayanan (Moenir, 2002).

Novianty (2018) mendefinisikan, pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna. Pada hakikatnya pelayanan dapat dikatakan sekumpulan proses kegiatan yang berlangsung secara berkesinambungan dan rutin meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat (Moenir, 2010). Jadi pelayanan adalah suatu aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh karyawan guna memberikan kepuasan atas apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen merasa puas dan menimbulkan kesan tersendiri.

2.5.2 Bentuk-Bentuk Pelayanan

Ada 3 macam bentuk dari layanan, yaitu (Moenir, 2010);

1. Layanan dalam bentuk lisan

Layanan melalui lisan dilakukan oleh petugas bidang layanan informasi, hubungan masyarakat dan bidang lain

yang memiliki tugas memberikan keterangan atau informasi kepada siapapun yang membutuhkan.

2. Layanan dalam bentuk tulisan

Layanan dalam bentuk tulisan merupakan layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugasnya. Layanan tulisan terdiri dari dua golongan, pertama layanan berupa informasi atau petunjuk dan yang sejenis ditunjukkan pada orang-orang yang berkepentingan, untuk memudahkan mereka dalam berurusan dengan lembaga atau instansi. Kedua, layanan berupa reaksi tertulis atas laporan, permohonan, keluhan, pemberitahuan, penyerahan dan sebagainya. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh yang terkena faktor biaya.

3. Layanan melalui perbuatan

Dalam kenyataan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan, jadi antara layanan lisan dan layanan perbuatan sering digabung. Hal itu disebabkan karena layanan melalui lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum (kecuali yang khusus dilakukan melalui hubungan tulis, karena faktor jarak). Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70–80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah.

2.5.3 Indikator Pelayanan

Umumnya untuk dapat mengukur pelayanan dapat dilihat dari kualitas pelayanannya. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Menurut Tjiptono dan Fandy (2014:134) mengemukakan lima dimensi pokok yang digunakan dalam menilai suatu kualitas pelayanan pada perusahaan jasa, meliputi:

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tangkap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan

dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengenai setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

5. Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang didasarkan atas penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dengan penambahan variabel dan metode penelitian yang berbeda bisa didapatkan dari skripsi, jurnal dan tesis. Di bawah ini terdapat sepuluh penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan atau landasan yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini antara lain:

1. Dewi (2018) dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh menyimpulkan bahwa faktor pemahaman dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh, sebaliknya faktor kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk

membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.

2. Nurhasanah (2019) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat di Laz Yayasan Insan Madani Jambi menyimpulkan bahwa kepercayaan dan citra lembaga berpengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZ Yayasan Insan Madani Jambi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.
3. Hamzah dan Kurniawan (2020) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi terhadap minat muzakki membayar zakat menyimpulkan bahwa pengetahuan zakat dan kepercayaan kepada Baznas secara bersama-sama dan parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat muzakki membayar zakat di Baznas Kabupaten Kuantan Singingi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.

4. Anggita dan Yuliafitri (2020) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap minat membayar zakat di Lembaga Amil Zakat menyimpulkan bahwa secara simultan pengetahuan, kepercayaan dan pelayanan lembaga amil zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat. Secara parsial, kepercayaan dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat sementara pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.
5. Namiroh (2021) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh pelayanan lembaga amil zakat terhadap minat muzakki membayar zakat (Studi Kasus di Lazismu Kabupaten Gresik) menyimpulkan bahwa variabel pelayanan lembaga amil zakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.

6. Pakpahan dan Fadli (2021) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada Baznas Sumut menyimpulkan bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat muzakki pada Baznas Sumut. Kemudian promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat muzakki pada Baznas Sumut serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat muzakki pada Baznas Sumut. Sedangkan secara simultan pelayanan, promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat muzakki pada Baznas Sumut. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat muzakki, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya dan objek penelitian.

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1	Dewi (2018) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat di Baitul Mal Banda Aceh	Kuantitatif	Variabel pemahaman dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh.
2	Nurhasanah (2019) Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Laz	Kuantitatif	Kepercayaan dan citra lembaga berpengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZ Yayasan Insan Madani Jambi

	Yayasan Insan Madani Jambi		
3	Hamzah dan Kurniawan (2020) Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat	Kuantitatif	Variabel pengetahuan zakat dan kepercayaan kepada Baznas secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat muzakki membayar zakat di Baznas Kabupaten Kuantan Singingi.
4	Anggita dan Yuliafitri (2020) pengaruh pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat	Kuantitatif	Vairabel Pengetahuan, kepercayaan dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Sedangkan secara parsial hanya pengetahuan yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat
5	Namiroh (2021) Pengaruh Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Kasus di Lazismu Kabupaten Gresik)	Kuantitatif	Variabel pelayanan lembaga amil zakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.
6	Pakpahan dan Fadli (2021) Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat pada Baznas Sumut	Kuantitatif	Baik secara parsial maupun simultan pelayanan, promosi dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada Baznas Sumut

Sumber: Data diolah, 2022.

2.7 Hubungan Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting

untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*). Pengetahuan akan sebuah produk jasa tentunya memberikan nilai tersendiri terhadap penggunaan suatu produk, dimana dengan adanya pengetahuan tentunya minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan produk jasa Baitul Mal tersebut oleh karena itu pihak pengelola Baitul Mal terus berupaya melakukan pemasaran produknya salah satunya melalui media masa yang efektif, sehingga dengan adanya informasi tersebut, minat nasabah akan produk jasa tersebut memiliki nilai positif dan nasabah akan lebih mempeunyai keinginan besar untuk menggunakan produk jasa tersebut. Maka dapat dikatakan semakin tinggi tingkat pengetahuan muzakki maka semakin tinggi pula minatnya untuk membayar zakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Yuliafitri (2020) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat muzakki. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

H_{a1} = Terdapat pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2.7.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki

Kepercayaan pada dasarnya merupakan kemauan seseorang untuk mengandalkan pihak yang lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Jika Muzakki percaya terhadap lembaga Baitul mal, maka otomatis mereka akan membayar zakat di Baitul mal, karena mereka percaya bahwa Baitul mal dapat mengelola zakat yang mereka keluarkan dengan baik, dan dapat memanfaatkan dana zakat secara optimal untuk mengentaskan kemiskinan dan membantu mustahik zakat dalam mensejahterakan kehidupannya (Rouf, 2014: 38). Dengan demikian dapat dikatakan semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki muzakki terhadap Baitul Mal maka semakin tinggi pula minatnya membayar zakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Hamzah dan Kurniawan (2020) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a2} = Terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh pelayanan amil zakat secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2.7.3 Pengaruh Pelayanan Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki

Pelayanan secara umum kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna (Novianty, 2018). Kepuasan muzakki ini dapat diukur melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Baitul Mal, yang nantinya akan berpengaruh kepada minat muzakki dalam membayar zakat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh Baitul Mal, maka semakin tinggi pula minat muzakki dalam membayar zakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Namiroh (2021) yang menyimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

H_{a3} = Terdapat pengaruh pelayanan amil zakat secara parsial terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2.7.4 Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki

Pada umumnya untuk dapat melihat minat seseorang dalam menggunakan sesuatu harus diukur melalui beberapa variabel dengan indicator tertentu, dimana penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat terhadap minat muzakki. Variabel ini akan diukur secara simultan (bersamaan) agar dapat dilihat seberapa besar variabel-variabel ini dapat mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh jika diuji secara bersamaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Namiroh (2021) yang menyimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

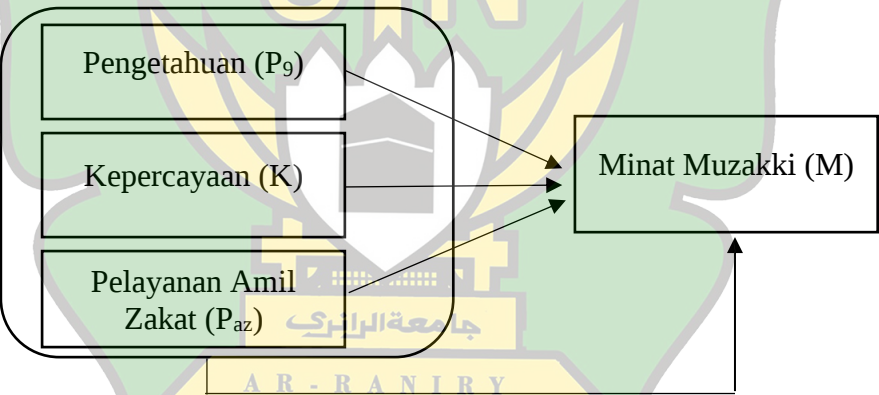
- H_{04} = Tidak terdapat pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat secara simultan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- H_{a4} = Terdapat pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat secara simultan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2.8 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan Lembaga amil zakat, sebagai variabel independen, dan menggunakan minat muzakki sebagai variabel dependen. Minat berkaitan dengan pengetahuan,

kepercayaan, dan pelayanan karena semakin tinggi pengetahuan dan kepercayaan yang diperoleh oleh muzakki, semakin tinggi tinggi pula minatnya untuk membayar zakat, hal ini juga berlaku jika semakin tinggi pelayanan yang didapatkan muzakki maka semakin tinggi pula minatnya untuk membayar zakat. Maka dari itu ketiga variable ini diasumsikan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Berdasarkan kerangka teori di atas, dapat disusun kerangka konsep penelitian sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, 2023.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan kemungkinan besar memerlukan bantuan dari program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS Versi 23.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisa dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiono, 2016). Populasi dalam penelitian ini

adalah seluruh jumlah muzakki di Kota Banda Aceh yang membayar zakat di Baitul Mal pada tahun 2021 yaitu sebanyak 21.938.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2016), *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Maka setiap unit *sampling* sebagai unsur populasi yang terpicil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya.

Maka untuk penentuan banyaknya sampel responden penulis akan menggunakan rumus *slovin*. Adapun rumus *slovin* untuk menghitung besaran sampel yaitu: (Umar, 2004:78)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = tingkat error (penulis menggunakan 5%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang diambil yaitu seluruh jumlah muzakki di Kota Banda Aceh yang membayar zakat

di Baitul Mal yaitu sebanyak 21.938 (N), dengan sampel dihitung dengan error sebesar 10%, maka sampel ditentukan sebesar:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{21.938}{1 + 21.938(0,1)^2} \\
 &= \frac{21.938}{1 + 21.938(0,01)} \\
 &= \frac{21.938}{1 + 219,38} \\
 &= \frac{21.938}{220.38} \\
 &= 99,54 \text{ (Dibulatkan 100)}
 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil di seluruh muzakki di Kota Banda Aceh yang membayar zakat di Baitul Mal yaitu sebanyak 100 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah data yang didapat dari hasil pengamatan secara langsung oleh peneliti pada tempat yang menjadi objek penelitian atau data yang respondennya langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh muzakki

yang membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2016: 142) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh muzakki yang membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat muzakki membayar zakat.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif (Sekaran, 2011:117). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2), dan pelayanan amil zakat (X_3).

Tabel 3.1
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pengetahuan (P_g)	Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (over behaviour).	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian (Sumarwan, 2012)	Ordinal
2.	Kepercayaan (K)	Kepercayaan (<i>trust</i> atau <i>belief</i>) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Rouf, 2014).	1. Keterbukaan 2. Kepercayaan 3. Kejujuran 4. Integritas 5. Akuntabilitas 6. <i>Sharing</i> 7. Penghargaan (Wibowo, 2006)	Ordinal
3.	Pelayanan Amil Zakat (P_{az})	Pelayanan secara umum adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan adanya pelayanan ini maka kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010).	1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) (Tjiptono, 2015)	Ordinal

4.	Minat Muzakki (M)	Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut (Pandji, 2004).	1. Ketertarikan (<i>interest</i>) 2. Keinginan (<i>desire</i>) 3. Keyakinan (<i>conviction</i>) Nahdilatul dan Tika (2019)	Ordinal
----	-------------------	--	---	---------

Sumber: Data diolah, 2023.

3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2016) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut Sugiyono (2016), skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Skala ini menggunakan lambang-lambang atau bilangan-bilangan untuk menunjukkan urutan atau tingkatan objek yang diukur berdasarkan karakteristik tertentu.

Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. Untuk mengukur kuesioner menjadi data kuantitatif membutuhkan skala pengukuran yang akan menghasilkan data tersebut. Jenis skala yang peneliti gunakan adalah *skala likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan,

mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif) yang dapat berupa kata-kata “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”.

Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2016

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 23. Uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut: (1) Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. (2) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok

variabel tertentu. (3) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5%. (4) Jika r tabel $< r$ hitung maka butir soal disebut valid (Noor, 2011).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara

untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Cara mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai

prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2016) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika $tolerance > 0,10$ dan $VIF > 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2012:47). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas yaitu; pengetahuan (P_g), kepercayaan (K), dan pelayanan amil zakat (P_{az}) terhadap variabel terikat yaitu minat muzakki (M) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$M = a + b_1P_g + b_2K + b_3P_{az} + e$$

Dimana:

M	= Minat Muzakki
a	= Konstanta
b_1, b_2 dan b_3	= Koefisien regresi variabel terikat
P_g	= Pengetahuan
K	= Kepercayaan
P_{az}	= Pelayanan Amil Zakat
e	= Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10. 1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing). Menurut Sujarweni (2015:161), uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (P_g , K , dan P_{az}) secara

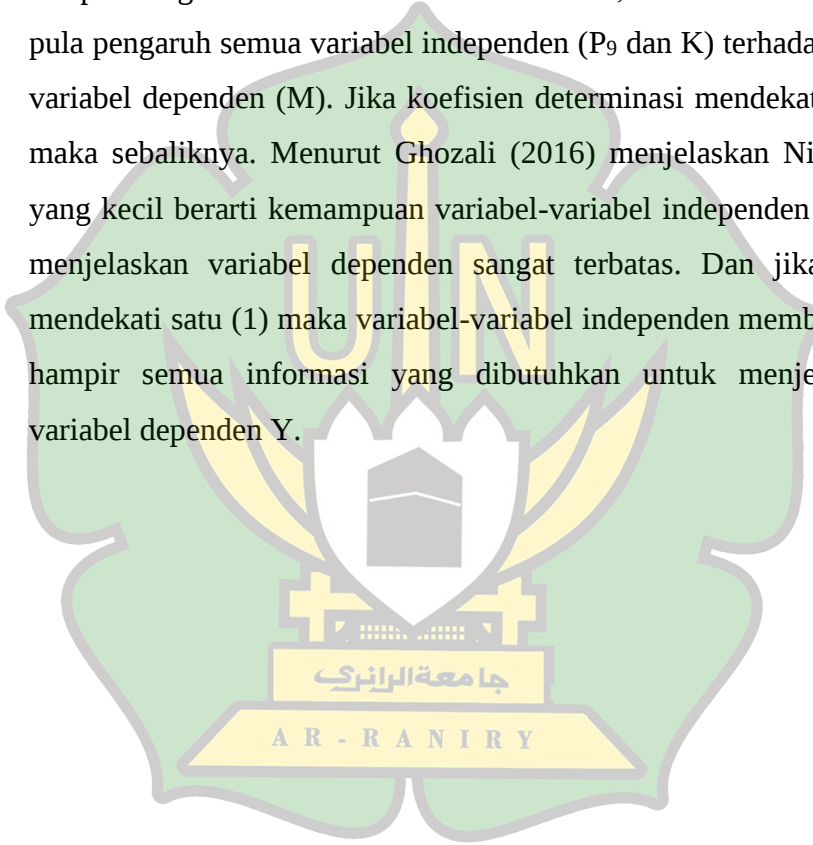
individual mempengaruhi variabel dependen (M). Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ($\alpha > 0,05$) (Sujarweni, 2015:229).

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji tabel F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Menurut Sujarweni (2015:162), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (P_g , K, dan P_{az}) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (M). Kriteria Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sujarweni, 2015:228). H_0 diterima jika artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sebaliknya, H_{a4} diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

3.11 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (P_9 dan K) terhadap nilai variabel dependen (M). Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka sebaliknya. Menurut Ghazali (2016) menjelaskan Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan jika nilai mendekati satu (1) maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen Y .



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Baitul Mal Kota Banda Aceh

4.1.1 Sejarah Singkat Baitul Mal Kota Banda Aceh

Baitul Mal Kota Banda Aceh merupakan lembaga resmi pemerintah Kota Banda Aceh dimana tugasnya melakukan pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran zakat, infaq dan shadaqah serta harta agama lainnya dalam wilayah Kota Banda Aceh yang berlokasi di Jl. Malem Dagang No. 40 Gampong Keudah, Kecamatan Kuta Raja, Kota Banda Aceh. Awal pembentukan Baitul Mal Kota Banda Aceh yakni berdasarkan keputusan Walikota Banda Aceh No. 154 Tahun 2004 pada Tanggal 30 Juni 2004.

Baitul Mal Kota Banda Aceh terbentuk dalam rangka pelaksanaan Syariat Islam dan mengoptimalkan pendayagunaan zakat, wakaf, dan harta agama sebagai potensi ekonomi umat Islam. Hal ini tertuang dalam Qanun Pemerintah Aceh No. 10 Tahun 2007. Baitul Mal Kota Banda Aceh mempunyai tugas untuk melaksanakan wewenang dibidang pengelolaan zakat, infaq, shadaqah dan harta agama berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 3 Tahun 2010 pada Tanggal 08 Januari 2010 mengenai susunan organisasi dan tata kerja Badan Pelaksana Baitul Mal Kota Banda Aceh untuk menyelenggarakan fungsinya.

4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh

Visi Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah mewujudkan umat yang sadar zakat, pengelola uang amanah dan mustahiq yang sejahtera.

Adapun misi yang dilakukan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam mewujudkan visi tersebut adalah:

1. Memberikan pelayanan yang prima kepada muzakki dan mustahiq.
2. Memberikan sistem pengelola zakat yang transparan dan akuntabilitas.
3. Memberikan konsultasi dan advokasi bidang zakat dan harta agama lainnya bagi yang membutuhkan.
4. Memberdayakan harta agama untuk kesejahteraan umat, khusus dhuafa.
5. Meningkatkan kesadaran umat dalam melaksanakan kewajiban zakat.
6. Melakukan pembinaan yang kontinyu terhadap para pengelola zakat dan harta agama lainnya.

4.1.3 Struktur Organisasi Baitul Mal Kota Banda Aceh

Unsur utama organisasi Baitul Mal Kota Banda Aceh yaitu Badan Pelaksana, Dewan Pertimbangan Syariah, dan Sekretariat, menjalankan fungsi dan kewenangannya masing-masing dalam rangka pelaksanaan penyaluran dana zakat dan infaq Baitul Mal Kota Banda Aceh. Ketiga unsur organisasi ini secara sinergis

menjalankan tugas pokok dan fungsi masing-masing dengan berpedoman kepada visi dan misi Baitul Mal Kota Banda Aceh yang telah ditetapkan sehingga seluruh program penyaluran zakat dan infaq dapat dilaksanakan secara optimal.

Struktur organisasi Baitul Mal Kota Banda Aceh berdasarkan pada beberapa Peraturan Walikota Banda Aceh:

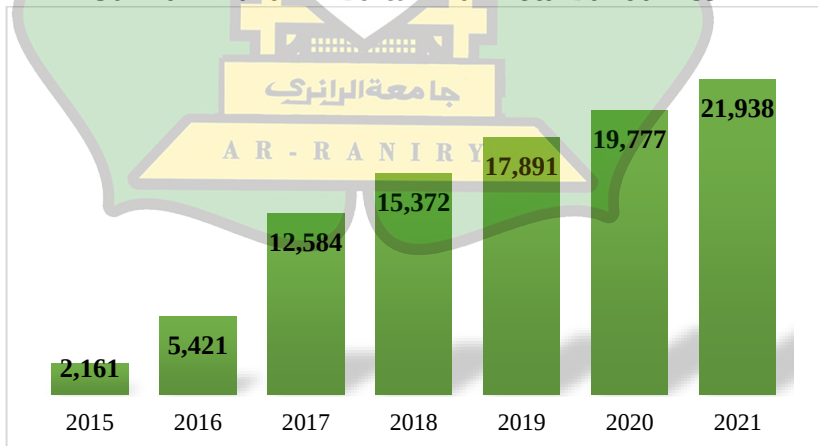
- 1) Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 3 Tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pelaksana Baitul Mal Kota Banda Aceh menyatakan susunan organisasi Baitul Mal Kota Banda Aceh terdiri dari:
 - a. Kepala Baitul Mal
 - b. Sekretariat
 - c. Bidang Pengumpulan
 - d. Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan
 - e. Bidang Sosialisasi dan Pembinaan
 - f. Bidang Perwalian dan Harta Agama, dan
 - g. Bendahara
- 2) Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 70 Tahun 2016 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Sekretariat Baitul Mal Kota Banda Aceh menyatakan susunan organisasi Sekretariat Baitul Mal Kota Banda Aceh terdiri dari:
 - a. Kepala Sekretariat
 - b. Sub Bag Umum
 - c. Sub Bag Keuangan dan Program
 - d. Sub Bag. Pengembangan Informasi & Teknologi

- e. Kelompok Jabatan Fungsional
- 3) Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 34 Tahun 2011 tentang Dewan Pengawas Baitul Mal Kota Banda Aceh menyatakan susunan dewan pengawas terdiri dari:
- a. Ketua merangkap anggota
 - b. Wakil ketua merangkap anggota
 - c. Sekretaris (dijabat kepala sekretariat)
 - d. Anggota

4.2 Gambaran Pengumpulan Zakat Baitul Mal Kota Banda Aceh

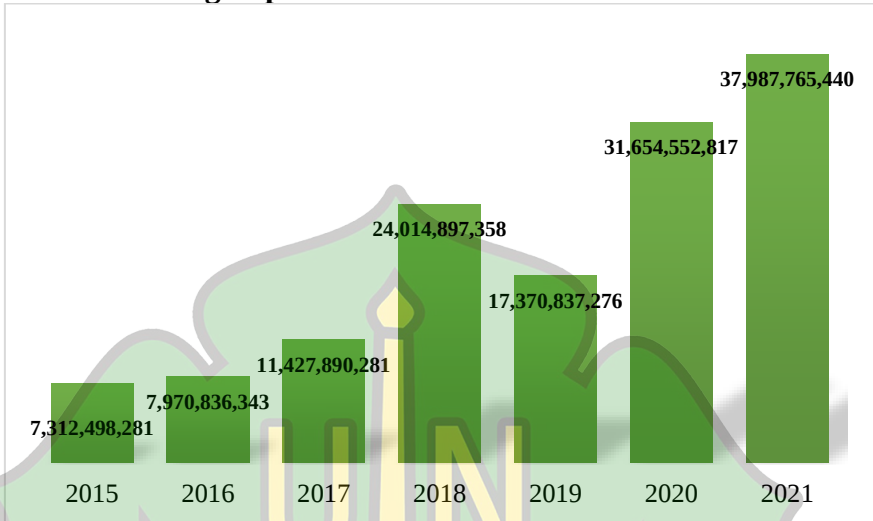
Adapun jumlah muzakki dan pengumpulan zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam 7 tahun terakhir dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.1
Jumlah Muzakki Baitul Mal Kota Banda Aceh



Sumber: Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2022

Gambar 4.2
Jumlah Pengumpulan Zakat Baitul Mal Kota Banda Aceh



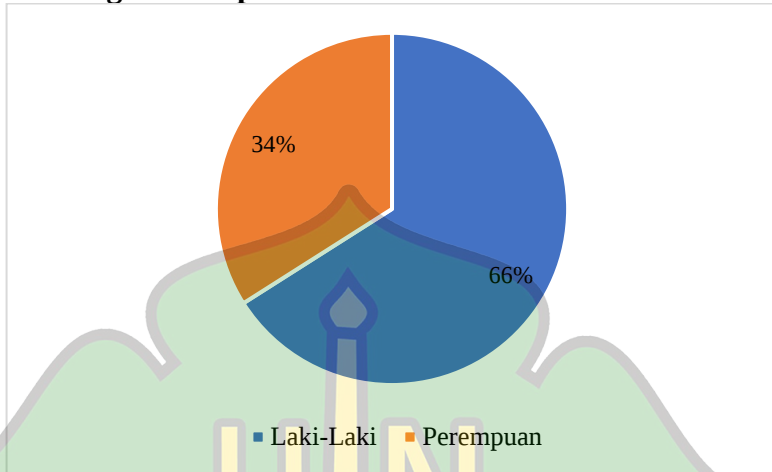
Sumber: Baitul Mal Kota Banda Aceh, 2022

4.3 Karakteristik Responden

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



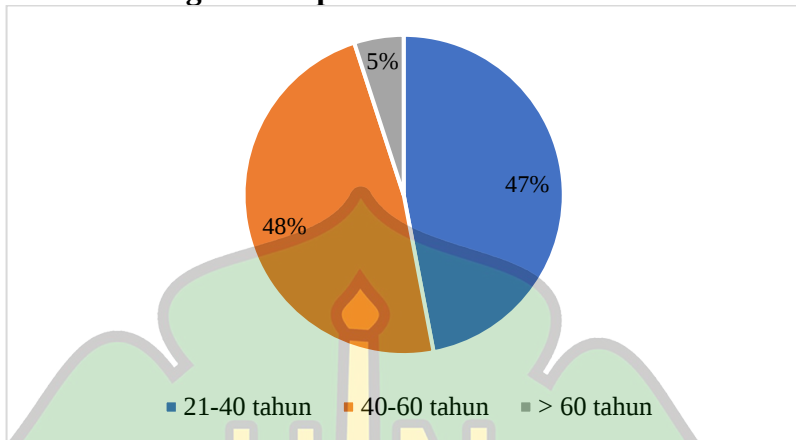
Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang dengan persentase 34% dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang dengan persentase 63%. Hal ini dikarenakan pada saat pengisian kuesioner penelitian responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih aktif dan mau menanggapi jika dibandingkan responden dengan jenis kelamin perempuan.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Diagram Responden Berdasarkan Usia



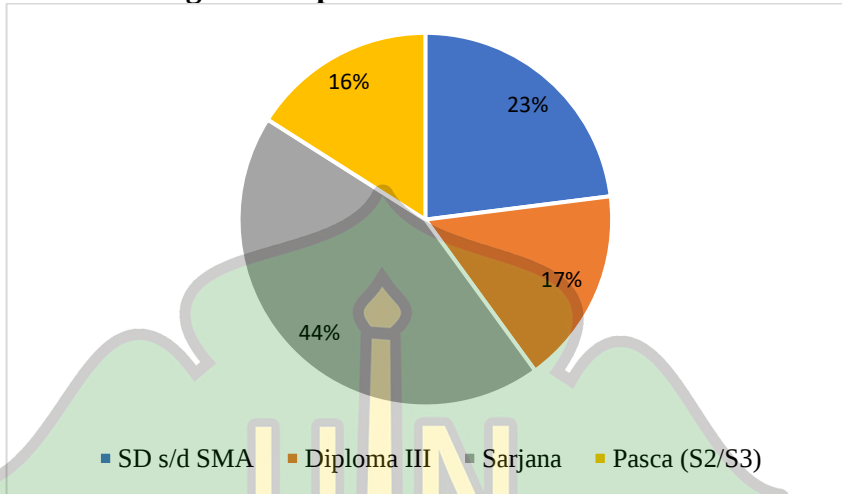
Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia 21-40 tahun berjumlah 47 orang dengan persentase 47%, responden dengan rentang usia 40-60 tahun berjumlah 48 orang dengan persentase 48%, dan responden dengan usia lebih dari 60 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 5%. Hal ini dikarenakan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) rentang usia produktif dimulai dari usia 15 tahun hingga 64 tahun. Dengan puncak paling produktif adalah rentang usia > 20 tahun dan < 60 tahun. Yang berarti penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia produktif yaitu 40-60 tahun.

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Pendidikan terakhir responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.5
Diagram Responden Pendidikan Terakhir



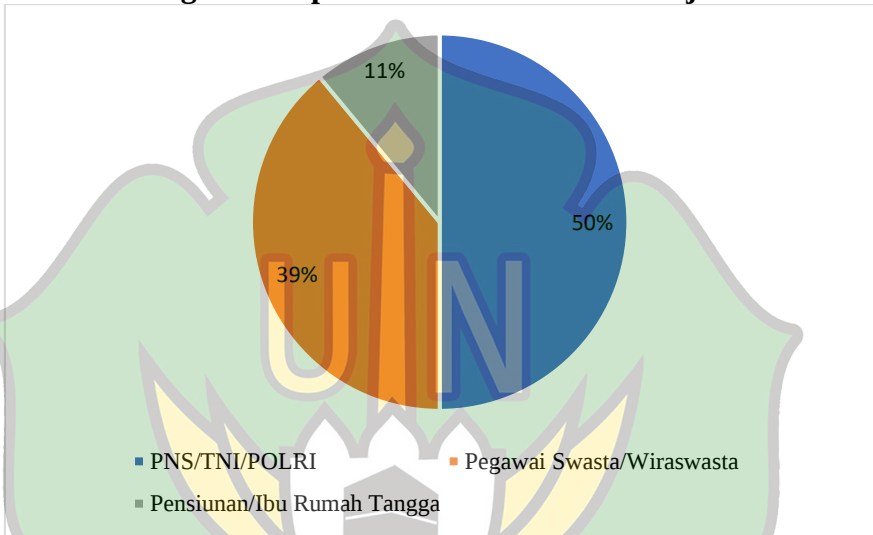
Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Gambar 4.5 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenjang Pendidikan SD s/d SMA sebanyak 23 orang dengan persentase 23%, responden dengan jenjang pendidikan Diploma III sebanyak 17 orang dengan persentase 17%, responden dengan pendidikan sarjana sebanyak 44 orang dengan persentase 44%, dan responden dengan jenjang pendidikan pasca sarjana sebanyak 16 orang dengan persentase 16%. Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang ditemui dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis pekerjaan PNS yang memiliki dengan jenjang pendidikan sarjana. Hal ini didukung oleh data yang disampaikan Badan Kepegawaian Negara (BKN), bahwa pada tahun 2022 jumlah PNS yang memiliki jenjang Pendidikan sarjana/starata 1 (S-1) adalah sebanyak > 3 juta orang.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.6
Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan



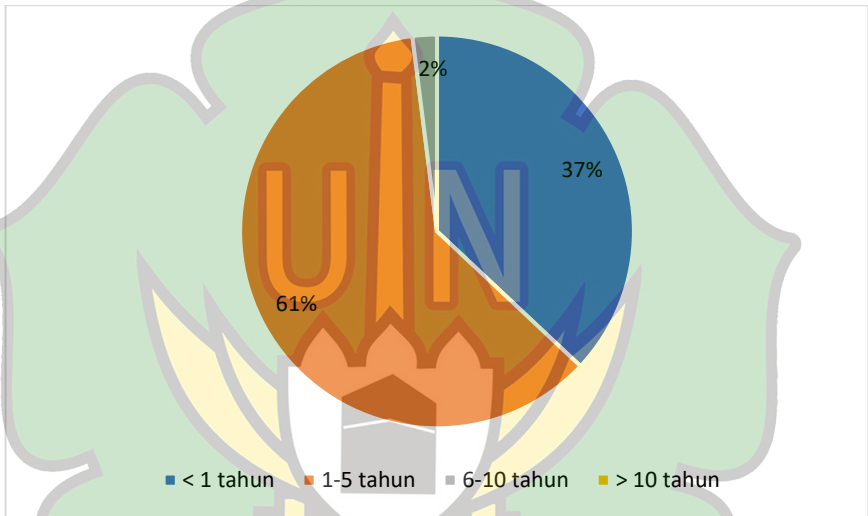
Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 50 orang dengan persentase 50%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta/wiraswasta sebanyak 39 orang dengan persentase 39%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pensiun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini PNS merupakan responden terbanyak yang ditemui. Hal ini juga didukung oleh regulasi yang mengharuskan PNS wajib dikenakan zakat harta sebesar 2,5%.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Muzakki

Berdasarkan berapa lama responden menjadi muzakki, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.7
Diagram Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Muzakki



Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Gambar 4.7 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama responden menjadi muzakki Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan rentang waktu < 1 tahun sebanyak 37 orang dengan persentase 37%. Responden 1-5 tahun sebanyak 61 orang dengan persentase 61%. Responden dengan rentang waktu 6-10 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 6%, dan tidak ada responden dengan rentang waktu > 10 tahun.

4.4 Deskripsi Variabel

4.4.1 Variabel Pengetahuan

Variabel pengetahuan terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jawaban Variabel Pengetahuan

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Saya mengetahui bahwa zakat merupakan ibadah yang wajib ditunaikan bagi umat Muslim	1	-	4	37	58	4,51
Saya mengetahui tentang Baitul Mal Kota Banda Aceh serta fungsinya	1	2	10	62	25	4,08
Saya mengetahui Produk-produk yang ditawarkan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh	1	3	14	58	24	4,01
Saya dapat menghitung kewajiban dalam mengeluarkan zakat maal	1	-	12	60	27	4,12
Saya mengetahui tata cara yang ditawarkan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam bertransaksi zakat	-	2	9	64	25	4,12
Saya mengetahui tempat dan jadwal yang digunakan Baitul Mal Kota Banda Aceh	-	3	18	57	22	3,98
Saya mengetahui pengelolaan zakat yang digunakan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh	-	2	17	58	23	4,02
Saya merasa aman membayar zakat infaq dan sedekah pada Baitul Mal Kota Banda Aceh	-	-	3	62	35	4,32
Saya meyakini Baitul Mal menyalurkan zakat kepada mustahik secara tepat	-	1	7	60	32	4,23
Pengetahuan						4,15

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel pengetahuan adalah 4,15. Artinya rata-rata jawaban pada variabel pengetahuan Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah setuju.

4.4.2 Variabel Kepercayaan Muzakki

Variabel kepercayaan muzakki terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Jawaban Variabel Kepercayaan

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh mencatat/membukukan setiap dana yang masuk.	1	-	6	64	29	4,20
Saya percaya bahwa Manajemen dana zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dikelola secara terbuka dengan diketahui oleh masyarakat luas.	1	3	19	55	22	3,94
Saya merasa bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh transparan dalam menyampaikan informasi zakat.	1	3	14	60	22	3,99
Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh melayani Muzakki dengan baik.	-	3	13	59	25	4,06
Saya tidak meragukan petugas Baitul Mal Kota Banda Aceh karena petugas	1	1	11	68	19	4,03

memiliki pengetahuan yang baik tentang zakat.						
Baitul Mal Kota Banda Aceh bersikap jujur dalam memberikan segala informasi kepada masyarakat.	-	-	10	65	25	4,15
Saya merasa bahwa informasi tentang zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh mudah didapatkan.	-	2	10	66	22	4,08
Saya merasa bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh tepat sasaran dalam menyalurkan dana zakatnya kepada mustahiq zakat sesuai dengan ketentuan ajaran Islam	-	2	10	67	21	4,07
Saya percaya Baitul Mal Kota Banda Aceh bertanggung jawab terhadap setiap layanan yang disediakan.	-	4	13	61	22	4,01
Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh selalu menjaga amanah para Muzakki	-	-	13	65	22	4,09
Baitul Mal Kota Banda Aceh memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat yang menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga zakat.	-	3	10	64	23	4,07
Kepercayaan						4,06

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepercayaan adalah 4,06. Artinya rata-rata jawaban pada variabel kepercayaan Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah setuju.

4.4.3 Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Ruang transaksi Baitul Mal Kota Banda Aceh bersih dan nyaman.	1	-	7	58	34	4,24
Penampilan karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai).	1	-	10	61	28	4,15
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam.	-	4	8	63	25	4,09
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh melayani muzakki dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan.	1	2	8	58	31	4,16
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memberitahukan kepada muzakki tentang produk-produk bank.	-	4	12	59	25	4,05
Kecepatan karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam melakukan transaksi.	1	1	15	62	21	4,01
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memberikan pelayanan kepada muzakki hingga tuntas.	-	1	7	65	27	4,18
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap	-	3	6	62	29	4,17

siap melayani dan membantu muzakki.						
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh cepat tanggap terhadap permintaan Konsumen.	-	2	11	61	26	4,11
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh tetap ada pada jam-jam kerja.	-	1	12	58	29	4,15
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan muzakki.	1	1	11	60	27	4,11
Baitul Mal Kota Banda Aceh menjamin keamanan muzakki dalam bertransaksi.	1	-	5	61	33	4,25
Baitul Mal Kota Banda Aceh dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	1	-	7	56	36	4,26
Transaksi di Baitul Mal Kota Banda Aceh bebas dari kekeliruan.	-	1	15	65	19	4,02
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.	-	-	15	63	22	4,07
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.	-	1	13	61	25	4,10
Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh bersikap simpatik terhadap permasalahan muzakki	-	2	12	64	22	4,06
Kualitas Pelayanan						4,13

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan adalah 4,13. Artinya rata-rata jawaban pada variabel kualitas pelayanan Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah setuju.

4.4.4 Variabel Minat Muzakki

Variabel minat terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Jawaban Variabel Minat Muzakki

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Saya tertarik membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh karena program-program yang ditawarkan memudahkan saya dalam membayar zakat.	-	1	10	65	24	4,12
Saya merasa senang membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh karena ruang pelayanan bagus bersih dan nyaman.	-	-	11	68	21	4,10
Saya bersedia mereferensikan Baitul Mal kepada kerabat saya	-	-	7	68	25	4,18
Baitul Mal adalah pilihan pertama saya jika ingin membayar zakat	-	1	6	68	25	4,17
Saya senang mencari tahu produk-produk yang diterbitkan oleh Baitul Mal	1	3	14	63	19	3,96
Minat Muzakki						4,11

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel minat muzakki adalah 4,11. Artinya rata-rata jawaban pada variabel minat muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah setuju.

4.5 Hasil Penelitian

4.5.1 Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan uji pengaruh pengetahuan dan kepercayaan serta kualitas pelayanan terhadap minat muzakki maka terlebih dahulu dilakukan uji mengenai deskripsi variabel penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif. Uji analisis statistik deskriptif ini sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena tujuan dan fungsi dari uji analisis statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dan ukuran terhadap data dalam bentuk numerik yang berlaku secara umum dan akan digunakan sebagai data penelitian. Adapun hasil uji analisis statistik deskriptif tersebut akan ditampilkan pada Tabel 4.5 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat	4,11	2,254	100
Pengetahuan	4,15	4,050	100
Kepercayaan	4,06	4,986	100
Kualitas Layanan	4,13	8,481	100

Sumber: Data diolah, 2023.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel. Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan variabel dependen yaitu minat muzakki menunjukkan nilai rata-rata sebesar 20,53 (dibulatkan menjadi 21) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 2,254. Variabel independen yaitu pengetahuan

menunjukkan nilai rata-rata sebesar 37,39 (dibulatkan menjadi 38) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 4,050 dan kepercayaan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 44,69 (dibulatkan menjadi 45) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 4,986. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 70,18 (dibulatkan menjadi 45) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 8,481.

4.5.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut pengujian validitas pada variabel bebas yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan (X), dan variabel terikat yaitu minat muzakki (Y). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	P1	0,470	0,1966	Valid
	P2	0,810		Valid
	P3	0,784		Valid
	P4	0,670		Valid
	P5	0,714		Valid
	P6	0,691		Valid
	P7	0,664		Valid

	P8	0,539		Valid
	P9	0,614		Valid
Kepercayaan (X2)	K1	0,711	0,1966	Valid
	K2	0,732		Valid
	K3	0,787		Valid
	K4	0,718		Valid
	K5	0,757		Valid
	K6	0,679		Valid
	K7	0,602		Valid
	K8	0,689		Valid
	K9	0,554		Valid
	K10	0,702		Valid
	K11	0,511		Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	S1	0,817	0,1966	Valid
	S2	0,716		Valid
	S3	0,716		Valid
	S4	0,767		Valid
	S5	0,668		Valid
	S6	0,641		Valid
	S7	0,775		Valid
	S8	0,758		Valid
	S9	0,781		Valid
	S10	0,800		Valid
	S11	0,818		Valid
	S12	0,773		Valid
	S13	0,734		Valid
	S14	0,694		Valid
	S15	0,821		Valid
	S16	0,763		Valid
	S17	0,694		Valid
Minat Muzakki (Y)	M1	0,742	0,1966	Valid
	M2	0,774		Valid
	M3	0,736		Valid
	M4	0,771		Valid
	M5	0,724		Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom*

(df) = $n-2$, jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 100, maka $df = 100 - 2 = 98$ dengan alpha 5% sehingga didapat $r_{tabel} = 0,1966$. Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

4.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka kuesioner dapat dikatakan reliable sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

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

Sumber: Data diolah, 2023.

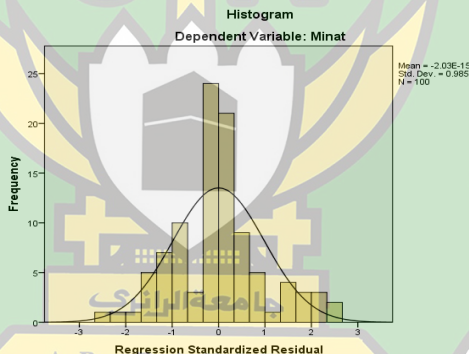
Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai Alpha. Karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

4.5.4 Uji Asumsi Klasik

4.5.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode *normal probability plot*. Berikut Gambar 4.8 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.

Gambar 4.8
Histogram

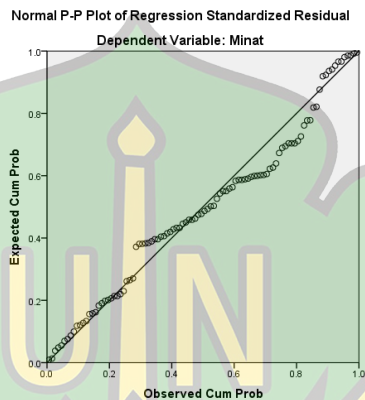


Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.8 menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal. Artinya residual terdistribusi secara normal.

Pada Gambar 4.9 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4.9
Normal probability plot



Sumber: Data diolah, 2023.

4.5.4.2 Uji Heteroskedastisitas

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

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

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

Sumber: Data diolah, 2023.

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

4.5.4.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun hasil dari pengujian data tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolonieritas

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

Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada pengetahuan sebesar 0,942, kepercayaan sebesar 0,351, dan kualitas pelayanan sebesar. Seluruh variabel nilai *tolerance* > 0,10, kemudian nilai VIF pada pengetahuan sebesar 1,061, kepercayaan sebesar 2,850, dan kualitas pelayanan sebesar 2,791. Seluruh variabel nilai VIF < 10. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model

regresi linear berganda terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.5.5 Analisis Linear Berganda

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

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4,512	1,883	
	Pengetahuan	0,052	0,041	0,094
	Kepercayaan	0,284	0,054	0,628
	Kualitas Layanan	0,019	0,032	0,073

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

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

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

1. Nilai konstanta sebesar 4,512 yang berarti apabila variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan bernilai 0 maka variabel minat muzakki akan bernilai 4,512.

2. Koefisien pengeahuan sebesar 0,052 yang berarti jika variabel pengetahuan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,052.
3. Koefisien kepercayaan sebesar 0,284 yang berarti jika variabel kepercayaan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,284.
4. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,019 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan, maka minat muzakki akan mengalami peningkatan sebesar 0,019.

4.5.6 Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Adapun hasil pengujian tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji-t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,396	0,018
	Pengetahuan	1,286	0,202
	Kepercayaan	5,229	0,000
	Kualitas Layanan	0,616	0,540

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung > dari nilai t tabel dan nilai sig. < 0,05. Adapun t tabel dalam penelitian ini dengan

nilai $n = 98$ dan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai t tabel sebesar 1,98580. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

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

4.5.7 Uji Simultan (Uji-F)

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

Tabel 4.11
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258,375	3	86,125	33,811	0,000
	Residual	244,535	96	2,547		

	Total	502,910	99			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Pengetahuan, Kepercayaan						

Sumber: Data diolah, 2023.

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

4.5.8 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R² (*R-Square*) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

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

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari Tabel 4.12 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R²) sebesar 0,514, artinya bahwa 51,40% variabel dependen minat muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh mampu dijelaskan oleh variabel independen, yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 48,6% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, citra

perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variable minat muzakki.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di atas didapatkan bahwa semua uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas pada data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dari hasil uji R^2 menjelaskan bahwa 51,40% variabel dependen minat muzakki mampu dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, yaitu: pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 48,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dari pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Adapun pembahasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,286 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,202 > 0,05$. Oleh

karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki tidak dapat diterima. Artinya pengetahuan tidak mampu menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat.

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

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

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa memiliki pengetahuan zakat yang baik saja tidak cukup kuat menumbuhkan

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

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis & Beik (2013), Anggita dan Yuliafitri (2020) yang

menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

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

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

Kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap relasi, sekaligus berpengaruh pada komitmen (Jagdish N & Banwari, 2004). Dengan kepercayaan seseorang dapat bersedia mengambil risiko serta merasa lebih aman dalam menjalin hubungan dengan pihak yang dipercayainya. Jika Baitul Mal selaku Lembaga Amil Zakat dapat membuat masyarakat percaya akan kinerjanya, maka minat masyarakat untuk membayar zakat di lembaga amil zakat pun akan meningkat. Kepercayaan yang terus dijaga oleh lembaga amil zakat akan menimbulkan loyalitas masyarakat yang membayarkan zakatnya di Baitul Mal. Hal ini juga menunjukkan bahwa minat muzaki membayar zakat melalui Baitul Mal ditentukan

oleh kredibilitas dari Baitul Mal dalam meyakinkan muzaki tentang kinerja mereka sebagai pengelola zakat (Satrio & Siswantoro, 2016).

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

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

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

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,616 < 1,98580$) dan tingkat signifikan sebesar $0,540 > 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki tidak dapat diterima. Artinya kualitas pelayanan tidak

mampu menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat.

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

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

lain yang menghambat pelayanan maksimal yang diberikan oleh Baitul Mal sehingga menyebabkan kualitas pelayanan tidak cenderung ditonjolkan sehingga tidak dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

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

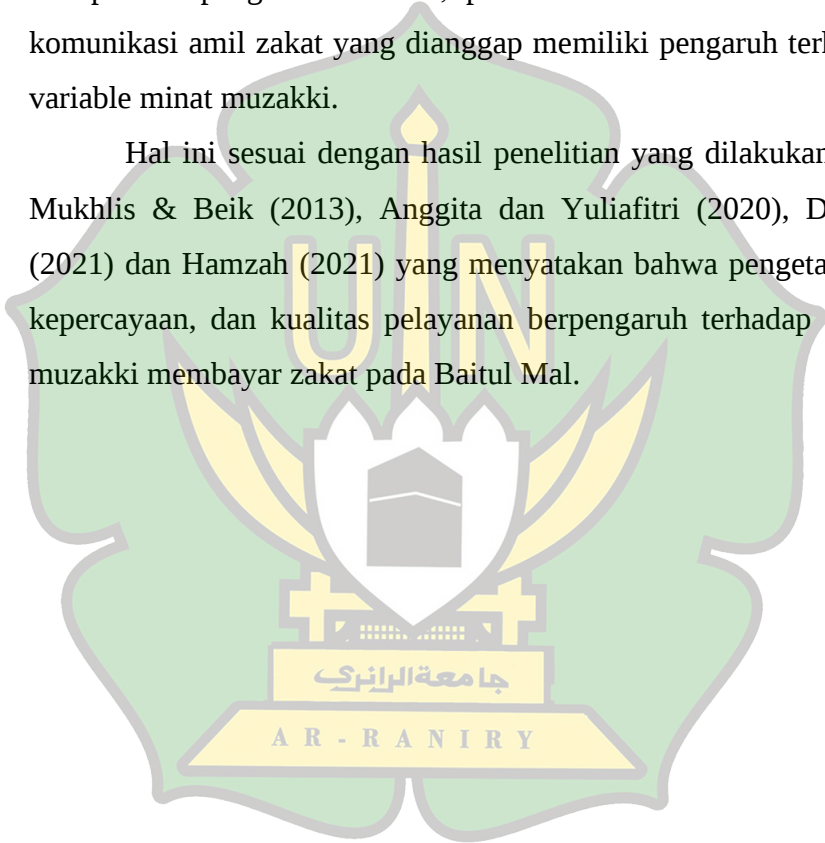
4.6.4 Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Hasil uji simultan untuk variabel independen pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan Uji-F tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar α 5% ($\alpha = 0,05$), artinya variabel kualitas pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sehingga dapat diputuskan bahwa hipotesis H_{a4} diterima berarti terdapat pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan terhadap minat muzakki.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini sebesar 51,40% maka tidak heran kalau ketiga faktor yang di ajukan dalam penelitian ini secara

bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat muzakki. Sedangkan sisanya 48,60% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variable minat muzakki.

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



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

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

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta ilmu pengetahuan

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

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada lembaga keuangan syariah lainnya dengan mempertimbangkan variabel pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan sebagai pengukur minat. Selain juga juga dapat menambah variabel lainnya seperti citra perusahaan, transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan komunikasi amil zakat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan.
3. Bagi Baitul Mal Kota Banda Aceh, hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis yang telah dipaparkan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang berperan dalam meningkatkan minat muzakki. Dan melalui kajian ini

masyarakat juga pada umumnya diharapkan dapat membayarkan zakatnya pada Baitul Mal Kota Banda Aceh Aceh, karena tingkat kepercayaan yang tinggi sudah dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan.

Ahmad, S., Wahid, H., & Mohamad, A. (2006). Penswastaan Institusi Zakat dan Kesannya Terhadap Pembayaran Secara Formal Di Malaysia. *International Journal Of Management Studies*. 13(2): 175–196.

Anggita, Amelia., dan Yuliafitri, Indri. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat. *ISEI Accounting Review*. 4(1):8-13.

Baitul Mal Kota Banda Aceh. (2021). Jumlah Muzakki dan Zakat Terhimpun di Baitul Mal Kota Banda Aceh Tahun 2015-2021. Diakses Pada 22 September 2022 Melalui <https://baitulmal.bandaacehkota.go.id/>.

Darmadi. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish.

Dewi, Nanda. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Banda Aceh. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Iman. (2016). *Analisis Multivariaet dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gurning, Herfita Rizki Hasanah dan Ritonga, Haroni Doli Hamoraon. (2015). Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat

Kecamatan Medan Baru Dalam Membayar Zakat, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, No.7, Vol.3.

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

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

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

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

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

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

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

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

Noor, Juliansyah. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan. Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.

- Nurhasanah. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Laz Yayasan Insan Madani Jambi. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*. 1(2): 111-127.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pakpahan, Dewi Rafiah., dan Fadli, Ahmad. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*. 7(2): 280-294.
- Prahmadita, A. D. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siwa untuk mengikuti Ekstrakurikuler di SMPN 1 Sleman. 9.
- Qardhawi, Y. (2014). *Hukum Zakat*. Jakarta: Mitra Kerjaya indonesia.
- Rouf, M. A. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. *Skripsi*.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business*. United Kingdom: A. John Wiley and Sons.
- Sari, E. K. (2016). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.

Susilawati, Mita. (2019). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah. Skripsi Tidak Dipublikasi*.

Umar, H. (2004). *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wibowo. (2016). *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

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

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Kepada Yth,

Muzakki Baitul Mal Kota Banda Aceh

Dengan Hormat,

Saya yang bernama Muhammad Luthfi Irwanda mahasiswi Perbankan Syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry dengan Nim 160603070 sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu Sdr/i lakukan berkaitan dengan apa yang Bpk/Ibu Sdr/i rasakan terhadap pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan amil zakat Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Data dan identitas responden akan dirahasiakan.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Muhammad Luthfi Irwanda

IDENTITAS RESPONDEN

CARA PENGISIAN ANGKET

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian Pertama:

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda *check* (✓).

1. Jenis kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Usia responden

☐ < 20 tahun

☐ 21-40 tahun

☐ 41-60 tahun

☐ > 60 tahun

3. Pendidikan terakhir

☐ SD s/d SMA

☐ D3

☐ S1

☐ Pasca (S2/S3)

4. Pekerjaan

☐ PNS/TNI/POLRI I R Y

☐ Pegawai

swasta/wiraswasta

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Ibu rumah

tangga / pensiun

5. Sudah berapa lama menjadi Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh?

☐ < 1 tahun

☐ 1-5 tahun

☐ 6-10 tahun

☐ > 10 tahun

Bagian Kedua:

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

1. Pengetahuan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Pengetahuan Produk						
1.	Saya mengetahui bahwa zakat merupakan ibadah yang wajib ditunaikan bagi umat Muslim					
2.	Saya mengetahui tentang Baitul Mal Kota Banda Aceh serta fungsinya					
3.	Saya mengetahui Produk-produk yang ditawarkan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh					
Pengetahuan Pembelian						
4.	Saya dapat menghitung kewajiban dalam mengeluarkan zakat maal					
5.	Saya mengetahui tata cara yang ditawarkan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam bertransaksi zakat					
6.	Saya mengetahui tempat dan jadwal yang digunakan Baitul Mal Kota Banda Aceh					
Pengetahuan Pemakaian						
7.	Saya mengetahui pengelolaan zakat yang digunakan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh					
8.	Saya merasa aman membayar zakat infaq dan sedekah pada Baitul Mal Kota Banda Aceh					
9.	Saya meyakini Baitul Mal menyalurkan zakat kepada mustahik secara tepat					

2. Kepercayaan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Keterbukaan						
1.	Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh mencatat/membukukan setiap dana yang masuk.					
2.	Saya percaya bahwa Manajemen dana zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dikelola secara terbuka dengan diketahui oleh masyarakat luas.					
3.	Saya merasa bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh transparan dalam menyampaikan informasi zakat.					
Kompeten						
4.	Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh melayani Muzakki dengan baik.					
5.	Saya tidak meragukan petugas Baitul Mal Kota Banda Aceh karena petugas memiliki pengetahuan yang baik tentang zakat.					
Kejujuran						
6.	Baitul Mal Kota Banda Aceh bersikap jujur dalam memberikan segala informasi kepada masyarakat.					
Integritas						
7.	Saya merasa bahwa informasi tentang zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh mudah didapatkan.					
8.	Saya merasa bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh tepat sasaran dalam menyalurkan dana zakatnya kepada mustahiq zakat sesuai dengan ketentuan ajaran Islam					
Akuntabilitas						
9.	Saya percaya Baitul Mal Kota Banda Aceh bertanggung jawab terhadap setiap layanan yang disediakan.					
10.	Saya percaya bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh selalu menjaga amanah para Muzakki					

Sharing						
11.	Baitul Mal Kota Banda Aceh melakukan sosialisasi tentang zakat melalui penyuluhan dan media massa.					
Penghargaan						
12.	Baitul Mal Kota Banda Aceh memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat yang menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga zakat.					

3. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Bukti Fisik						
1.	Ruang transaksi Baitul Mal Kota Banda Aceh bersih dan nyaman.					
2.	Penampilan karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai).					
3.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam.					
4.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh melayani muzakki dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan.					
Keandalan						
5.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memberitahukan kepada muzakki tentang produk-produk bank.					
6.	Kecepatan karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam melakukan transaksi.					
7.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memberikan pelayanan kepada muzakki hingga tuntas.					
8.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani dan membantu muzakki.					

Daya Tanggap					
9.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh cepat tanggap terhadap permintaan Konsumen.				
10	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh tetap ada pada jam-jam kerja.				
11	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan muzakki.				
Jaminan					
12	Baitul Mal Kota Banda Aceh menjamin keamanan muzakki dalam bertransaksi.				
13	Baitul Mal Kota Banda Aceh dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.				
14	Transaksi di Baitul Mal Kota Banda Aceh bebas dari kekeliruan.				
15	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.				
Empati					
16	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.				
17	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh bersikap simpatik terhadap permasalahan muzakki				

4. Minat Muzakki Membayar Zakat

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Transaksional						
1.	Saya tertarik membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh karena program-program yang ditawarkan memudahkan saya dalam membayar zakat.					
2.	Saya merasa senang membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh karena					

	ruang pelayanan bagus bersih dan nyaman.					
Referensial						
3.	Saya bersedia mereferensikan Baitul Mal kepada kerabat saya					
Preferensial						
4	Baitul Mal adalah pilihan pertama saya jika ingin membayar zakat					
Ekspolaratif						
5.	Saya senang mencari tahu produk-produk yang diterbitkan oleh Baitul Mal					

