# **SKRIPSI**

# PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEPERCAYAAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT PELAKU USAHA DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN PADA BAITUL MAL KOTA BANDA ACEH



**Disusun Oleh:** 

SUCI RAMADHANI NIM. 190602071

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH 2024 M/1445 H

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Suci Ramadhani

NIM : 190602071

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 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 pemanipulasian dan pemalsuan data.
- 5. Mengerjaka<mark>n send</mark>iri karya ini dan mampu be<mark>r</mark>tanggungjawab 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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 April 2024

Yang Menyatakan

(Suci Ramadhani)

# PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

# Analisis Program Pembangunan Rumah Bantuan terhadap Kesejahteraan Kaum Dhuafa dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Terhadap Masyarakat Desa Lampanah Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar)

Disusun Oleh:

Suci Ramadhani NIM: 190602071

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

Pembimbing

Pembimbing II

Hafiizh Mana, SP., SHi., M.E NIDN. 2006019002

Hafidhah, SE., M.Si., Ak. CA NIP. 198210122023212028

Mengetahui, Ketua Prodi,

Dr. Nilam Sari, M.Ag

### PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

# Pengaruh Literasi Zakat, Kepercayaan Dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku Usaha Membayar Zakat Perdagangan Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh

Suci Ramadhani NIM. 190602071

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 Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Kamis,

28 Maret 2024 M 17 Ramadhan 1445 H

Banda Aceh Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

Hafiizh Maulaga, SP., Shi., M.E

NIDN 2006019002

Hafidhah, SE., M.Si., Ak.CA NIP. 198210122023212028

Penguji I

Penguji II

Dr. Hendra Syahputra, MM

NIP. 1977610242009011005

Mursalmina, M.E

NIP. 199211172020121011

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hifas Furgani, M.Ec

ON NI NI JANO



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

Jl. Sveikh 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 bertand	a tangan di ba	wah ini:			
]	Nama Lengkap NIM Fakultas/Program	Studi		ın Bisnis Islan	n/Ekonomi Syariah	E-
	mail			student.ar-aniry		
					ntuk memberikan	
					Banda Aceh, Hak E	sebas Royalt
	Non-Eksklusif ( <i>No</i> Tugas Akhir	KKU		Skripsi	irya mman.	
L				2.0		
	ang berjudul (tuli.			0 1		
					Terhadap Minat P	elaku Usaha
	Membayar Zakat					
i	ini, UPT Perpustal	kaan UIN Ar-	Raniry Band	da Aceh berha	ak Bebas Royalti Ne ak menyimpan, me ublikasikannya di	ngalih-media
100		tuk kananting	an akadamil	tanna narlu	meminta izin dari	sava salame
					dan atau penerbit	
	tersebut.	un nama saye	beougai per	idiis, penerpu	dan atau peneron	Karya mmar
					ebas dari segala ber rya ilmiah saya ini.	
1	Demikian pernya	ataan ini yan	g sava buat	dengan sebe	enarnya	
	Dibuat di		ceh Salal	-	marry a.	
	Pada tanggal	: 25 April				
	and thinggar		AR-RA	NIRY		
1	Mengetahui,					
			Λ			
1	Penulis /	Pen	bimbing I		Pembimbing	П
	Will	T CII			I containing	
	OUT	O			Blahigh	al .
Suc	i Ramadhani	Hafiizh Ma	alana,SP.,S	hiM.E	Hafidhah,SE.,M.	SiAk. CA
	190602071		200601900		NIP. 1982101220	

### KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis Qashadkan kepada kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat kesehatan, pengetahuan dan wawasan, serta kesempatan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat beriringkan salam tak lupa penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang telah menegakkan kebenaran di muka bumi ini sehingga dengan risalah yang beliau wariskan, kita dapat hidup dengan penuh peradaban yang islami dan berakhlakul karimah seperti sekarang ini.

Dengan kehendak dan izin Allah SWT serta adanya bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat merealisasikan penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku Usaha Dalam Membayar Zakat Perdagangan Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh". Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi dan mencapai gelar pada program Sarjana Strata I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dalam hal penulisan dan penyusunan, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dibekali dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat terancang sesuai dengan harapan. Sebagaimana fitrahnya,

manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang tidak luput dari khilaf dan salah, sehingga penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai tahap kesempurnaan.

Di samping itu, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terealisasikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan, serta bimbingan yang penulis peroleh dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin mengungkapkan rasa hormat dan berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Fithriady, Lc., MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, Dr. Analiansyah, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
- 2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M. Si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- 3. Bapak Hafiizh Maulana, SP., SHi., M.E selaku ketua laboratorium dan para staff Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini siap dengan baik.

- 4. Hafiizh Maulana, SP., SHi., M.E. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, kesempatan, tenaga, pemikiran dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 5. Hafidhah, SE., M.Si., Ak,CA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, kesempatan, tenaga, pemikiran dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 6. Junia Farma, M. Ag. selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan nasehat dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata 1 Ekonomi Syariah.
- 7. Dosen-dosen, dan staf akademik FEBI yang telah memberikan ilmunya dengan tulus selama penulis menjadi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- 8. Pelaku Usaha di Pasar Aceh dan Pasar Peunayong yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini.
- Special untuk almarhum ayahanda M.Yusuf yang sangat kucintai, kusayangi dan yang paling berarti dalam hidup saya. Semoga Allah lapangkan kubur dan ditempatkan di sisi yang paling mulia oleh Allah SWT.
- 10. Teristimewa ibunda Agustina yang sangat kusayangi dan kucintai yang selalu mendo'akan, memberikan kasih saying, motivasi, nasihat serta dorongan moral maupun materil. Terima kasih atas

- setiap lelah dan upaya ibu dalam mencari rezeki agar anaknya bisa mendapatkan pendidikan yang tinggi. Semoga ibu panjang umur dan sehat selalu agar bisa mendampingi proses anaknya.
- 11. Kepada sahabat penulis yaitu Putri Nadya S.E yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta yang telah memberikan dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 12. Teman-teman ekonomi syariah angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk saya.
- 13. Suci Ramadhani, *last but no least*, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih harus ditingkatkan oleh penulis untuk kedepannya. Untuk itu, penulis sangat menerima kritik atau saran yang membangun dari pihak manapun. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk siapapun yang membacanya. Semoga Allah akan

membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. Amin ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 28 Februari 2024



# TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

# Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

# 1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	-	Tidak Dilambangkan	16	<b>Р</b>	Ţ
2	ب	В	17	ظ	Ż
3	ت	Т	18	ع	,
4	ڽ	Ś	19	ن.	G
5	ج		20	و.	F
6	۲	Ĥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ځ	K
8	د	D	23	J	L
9	ذ	جا معة ال <u>خ</u> انر <i>ي</i>	24	٨	M
10	J	AR-RANIR R	25	ن	N
11	j	Z	26	و	W
12	س	S	27	Ą	Н
13	m	Sy	28	۶	•
14	ص	Ş	29	ي	Y
15	ض	Ď			

# 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
1	Ó	Fatḥah	A
	Ó	Kasrah	I
	े	Dammah	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
يَ	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
وَ	Fatḥah dan wau	Au

# Contoh:

: kaifa haul : هول

# 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
اً/ي	Fatḥah dan alif atau ya	Ā
ي	Kasrah dan ya	Ī
يُ	Dammah dan wau	Ū

# Contoh:

غال : gāla

ramā: رَمَى

: qīla

يَقُوْلُ : yaqūlu

# 4. Ta Marbutah (5)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah (ö) hidup
  - Ta *marbutah* (5) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah, kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (i) mati

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

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

### Contoh:

: Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl

: Al-Madīnah al-Munawwarah الْمُنْوَرَة

alMadīnatul Munawwarah

: Ṭalḥah

# Catatan:

### Modifikasi

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

### ABSTRAK

Nama : Suci Ramadhani NIM : 190602071

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah Judul : "Pengaruh Literasi Zakat, Kepercayaan dan

> Motivasi Terhadap Minat Pelaku Usaha Dalam Membayar Zakat Perdagangan Pada Baitul Mal

Kota Banda Aceh"

Pembimbing I: Hafiizh Maulana, SP., SHi., M.E.

Pembimbing II : Hafidhah, SE., M.Si., Ak,CA.

Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan minat seseorang dalam membayar zakat melalui lembaga Baitul Mal dikarenakan membayar zakat melalui Baitul Mal akan memudahkan penyaluran zakat kepada mustahiq secara adil dan merata, apalagi para pelaku usaha yang dagangannya telah mencapai nisab dan haul lebih mudah menyalurkan melalui Baitul Mal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat melalui Lembaga Baitul Mal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Model (SEM) serta pendekatan menggunakan Partial Least Square (PLS). Pengujiannya dilakukan menggunakan aplikasi PLS dengan kategori responden yaitu Pelaku usaha di Pasar Aceh dan Pasar Peunayong sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Zakat (X1) dan Kepercayaan (X2) tidak berpenguh terhadap Minat membayar zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh, sedangkan Motivasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat membayar zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh

Kata Kunci: Literasi Zakat, Kepercayaan, Motivasi, Minat Membayar Zakat.

# **DAFTAR ISI**

LEMBAR JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN SIDANG	iii
PENGESAHAN SIDANG	iv
PERNYATAAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	хi
ABSTRAK	XV
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	XX
DAFTAR GAMBAR	xxi
	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan <mark>Masal</mark> ah	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Minat	13
2.1.1 Penge <mark>rtian Minat</mark>	13
	14
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	16
2.1.4 Fungsi Minat	18
2.1.5 Indikator Minat	19
2.2 Literasi Zakat	20
2.2.1 Pengertian Literasi Zakat	20
2.2.2 Indikator Literasi Zakat	23
2.3 Kepercayaan	24
2.3.1 Pengertian Kepercayaan	24
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan 2.3.3 Macam-Macam Kepercayaan	26 31
4)) IVIAUAIII-IVIAUAIII NEDELCAVAAII	. 7.1

	2.3.4 Indikator Kepercayaan	31
	2.4 Motivasi	33
	2.4.1 Pengertian Motivasi	33
	2.4.2 Jenis-Jenis Motivasi	35
	2.4.3 Indikator-Indikator Motivasi	36
	2.5 Zakat	38
	2.5.1 Pengertian Zakat	38
	2.5.2 Dasar Hukum Zakat	41
	2.5.3 Syarat Wajib Zakat	43
	2.5.4 Tujuan Dan Fungsi Zakat	44
	2.5.5 Mustahik Zakat	47
	2.5.6 Hikmah Dan Manfaat Zakat	49
	2.6 Zakat Perdagangan	50
	2.6.1 Syarat Wajib Z <mark>ak</mark> at Perdagangan	51
	2.6.2 Nisab, Haul dan Kadar Zakat Perdagangan	51
d	2.6.3 Perhitungan Zakat Perdagangan	52
	2.7 Penelitian Terkait.	53
	2.8 Kerangka Berfikir	64
	2.9 Hipotesis	69
B	AB III METO <mark>DE P</mark> ENELITIAN	71
	3.1 Jenis Penelitian	71
	3.2 Lokasi Penelitian	71
	3.3 Populasi Dan Sampel	72
	3.3.1 Populasi	72
		73
	3.3.2 Sampel	75
	3.4.1 Data Primer	75
	3.4.2 Data Sekunder	75
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	76
	3.5.1 Observasi	76
	3.5.2 Kuesioner	76
	3.6 Skala Pengukuran	77
	3.7 Operasional Variabel	78
	3.8 Teknik Analisis Data	82
	3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	83
	3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	85

3.8.3 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Gambaran Umum Tempat Lokasi Penelitian	87
4.1.1 Profil Baitul Mal Kota Banda Aceh	87
4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh	87
4.2 Karakteristik Responden	87
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin	88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	89
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pendidikan Ter <mark>ak</mark> hir	90
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pengha <mark>sil</mark> an	90
4.3 Analisis Deskriptif	91
4.3.1 Deskriptif Responden Terhadap Literasi Zakat	
(X1)	92
4.3.2 <mark>Deskrip</mark> tif Responden Terh <mark>adap</mark> Kepercayaan	
(X2)	93
4.3.3 Des <mark>kripti</mark> f Responden Terhadap Motivasi (X3)	94
4.3.4 Deskriptif Responden Terhadap Minat	
Membayar Zakat(Y)	95
4.4 Hasil Penelit <mark>ian</mark>	96
4.4.1 Analis <mark>is Model Pengukur</mark> an Pengukuran (Outer	
Model)	96
4.4.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)	102
4.4.3 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)	104
4.5 Pembahasan	107
4.5.1 Pengaruh Literasi zakat Terhadap Minat	
Membayar Zakat	108
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat	
Membayar Zakat	109
4.5.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Membayar	
Zakat	111

BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	125



# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh .	4
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	57
Tabel 3.1 Jumlah Pelaku Usaha yang Membayar Zakat	73
Tabel 3.2 Skala Linkert	78
Tabel 3.3 Operasional Variabel	81
Tabel 4.1 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Literasi Zakat	
(X1)	92
Tabel 4.2 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Kepercayaan	
(X2)	93
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Motivasi (X3)	94
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Minat	
Membaya <mark>r Zaka</mark> t(Y)	95
Tabel 4.5 Nilai Loading Factor (λ)	98
Tabel 4.6 Nilai Average Varians Extraced (AVE)	99
Tabel 4.7 Cross Loading	100
Tabel 4.8 Nilai Korelasi Antar Konstruk Dengan Nilai Akar	
Kuadrat AVE	101
Tabel 4.9 Pengujian Reability	102
Tabel 4.10 Nilai R-Square	103
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis	105

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Pemikiran	68
Gambar 3.1	Hasil Perhitungan Besar Sampel	74
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
	Kelamin	88
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	89
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
	Terakhir	90
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Penghasilan	91
Gambar 4.5	Outer Model Sebelum Outlier	96
Gambar 4.6	Outer Model Setelah Outlier	97
Gambar 4.7	Boostrapping	105



# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	125
Lampiran 2 Tabulasi Data	130
Lampiran 3 Hasil Output Penelitian	136
Lampiran 4 Biodata Penulis	140



# BAB I PENDAHULUAN

# 1.1 Latar Belakang Masalah

Islam mempunyai hukum memandang harta yang mempunyai nilai yang sangat penting bagi kehidupan manusia dikarenakan harta merupakan alat dan sarana untuk mencapai kesejahteraan hidup dan memperoleh bermancam manfaat bagi manusia sepanjang hidup. Harta dan manusia mempunyai hubungan yang sangatlah erat sehingga naluri manusia yang ingin memilikinya bersatu dengan naluri manusia untuk mempertahankan hidup dan harta termasuk salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia untuk kemudian hari karena harta merupakan hak yang wajib di lindungi bagi setiap manusia, kelima hak tersebut yaitu jiwa, akal, agama, harta dan keturunan. Dalam islam harta merupakan bagian dari nikmat Allah yang harus dipertanggungjawabkan dan juga cara untuk mendapatkannya, mengembangkan dan menggunakan harta harus sesuai dengan ketentuan yang telah Allah dan Rasulnya tetapkan (Naziruddin, 2018).

Mursilah (2017) mengatakan bahwa Zakat merupakan aplikasi ibadah yang diajarkan oleh agama Islam dengan memberikan berbagai manfaat atau nilai guna baik untuk muzzaki itu sendiri sebagai pemberi zakat maupun kepada mustahik sebagai penerima zakat. Namun kemaslahatan yang diharapkan belum optimal karena memiliki berbagai faktor seperti krisis kepercayaan

masyarakat kepad lembaga pengelola zakat dan sedikitnya kesadaran yang dimaksimalkan terhadap masyarakat yang wajib zakat. Zakat mampu menyelesaikan persoalan-persoalan yang tengah dialami oleh masyarkat seperti permasalahan kemiskinan, zakat menjadi rukun islam yang diperintahkan oleh Allah SWT kepada hambanya yang beriman maka bagi hambanya yang mempunyai kekayaan yang sudah mencapai hisab nya maka di perintahkan untuk menunaikan wajib zakat agar membantu permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Romadhona et al (2018) mengemukakan bahwa zakat merupakan bagian mutlak yang harus ada dari ke islaman seseorang. Zakat merupakan realisasi sifat sosial yang bertujuan mengurangi kesenjangan sosial atau penimbunan kekayaan oleh orang kaya, salah satu diantaranya adalah dengan mengurangi kesenjangan antara sebagian orang yang kelebihan harta dengan orang lain yang kekurangan harta. Maka dari itu pemungutan dalam pemberdayaan ekonomi untuk orang miskin sangat penting agar bangsa Indonesia menjadi bangsa yang berdaulat, makmur, sejahtera dan berkarakter lewat zakat, dalam pemungutan dana zakat, konsep pemungutan zakat merupakan potensi yang sangat menentukan dan merupakan bagian yang tak terpisahkan seperti zakat perdagangan.

Dalam berdagang harus mengandung unsur halal dengan cara melakukan jual beli yang sehat, bersih, tidak ada penipuan dan tidak bertentangan dengan ajaran agama islam. Kehalalal menjadi salah satu prioritas utama para pedagang dalam melakukan perdagangan,

berdagang tidak hanya dilihat dari barang yang didagangkan tetapi juga dilihat dari barang yang di jual tidak luput dari cara diperolehnya. Pedagang yang sudah memenuhi syarat untuk mengeluarkan zakat maka itu harus disegerakan karena perintah untuk membayar zakat harus segera di laksanakan dikarenakan kebutuhan fakir miskin sangat di perlukan dan harus di penuhi. Apabila mengabaikan pembayaran zakat maka akan berakibat fatal bagi mereka, maka dari itu menyegerakan membayar zakat berarti mencegah rasa malas, menambah keikhlasan dan mendapatkan ridha dari Allah SWT. Inilah tujuan utama kenapa harus segera menyelenggarakan membayar zakat. Pada zakat perdagangan tidak semua barang harus di kenakan zakat perdagangan ada beberapa jenis barang yang dijual seperti emas, perak, hewan ternak dan jenis lainnya. Zakat perdagangan memiliki hukum wajib apabila dagangannya sudah menghasilkan dan sudah mencapai nisab dan haul. Provinsi Aceh merupakan wilayah yang mayoritasnya banyak menganut agama islam, maka dari itu hal ini dapat menjadikan Provinsi Aceh atau yang biasa di kena Serambi Mekkah ini sebagai salah satu daerah yang memiliki tingkat potensi yang tinggi terhadap zakat yang lumayan cukup besar. Dengan adanya zakat perdagangan ini sangat diharapkan akan keberlangsungan masyarakat fakir miskin dan para golongan penerima zakat lainnya akan dapat menstabilkan perekonomian mereka. Allah SWT mewajibkan zakat untuk membangun suatu kehidupan masyarakat islam menjadi kehidupan yang penuh tolong menolong dan gotong royong serta sejahtera.

Tabel 1.1 Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh (2018-2022)

No	Tahun	Zakat	Zakat	Infaq	Jumlah
		Penghasilan	Perniagaan		
1	2018	14,364,934,86	2,310,974,46	1,280,639,	17,962,650,
		4.53	4.00	766.49	080.81
2	2019	14,011,017,23	1,175,188,64	1,268,791,	16,461,357,
		0.67	3.00	804.00	998.67
3	2020	13,714,128,36	1,554,162,10	1,631,728,	16,902,591,
		8.07	6.46	035.57	999.10
4	2021	12,174,658,32	1,488,622,75	1,825,920,	15,493,785,
		0.59	<b>7</b> .67	413.66	668.42
5	2022	11,954,380,25	1,686,488,16	2,022,841,	15,675,464,
		5.00	3.00	832.00	403.00

Sumber: Baitul Mal Banda Aceh

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat secara umum bahwa jumlah zakat perniagaan pada Baitul Mal Banda Aceh mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahun nya. Pada tahun 2018 penerimaan zakat perniagaan oleh baitul mal sebesar Rp 2,310,974,464.00, lalu pada tahun 2019 mengalami penurunan hingga Rp 1,175,188,643.00 dari tahun sebelumnya, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2020 sebesar Rp 1,554,162,106.46 yang sedikit lebih banyak daripada tahun sebelumnya, hingga pada tahun 2021 zakat perniagaan yang diterima kembali mengalami penurunan hinngga mencapai Rp 1,488,622,757.67. zakat perniagaan yang diterima oleh baitul mal kembali mengalami peningkatan pada tahun 2022 sebesar Rp 1,686,488,163.00.

Dengan demikian akan sangat mempengaruhi peran kinerja Baitul Mal Banda Aceh dalam menjalankan tugasnya dengan baik. Namun pada kenyataan nya bukan hanya masyarakat Banda Aceh yang belum sepenuhnya membayar zakat pada Baitul Mal tetapi para pelaku usaha yang sudah mencapai nisab dan haul juga belum sepenuhnya membayar zakat pada Baitul Mal Banda Aceh. Hal ini dikarenakan mereka masih melakukan pembayaran zakat secara individu atau membayar zakat langsung di tempat mereka tinggal seperti membayar zakat di mesjid maupun memberi uang untuk anak yatim piatu di perkempungannya. Pada saat itulah para pengelola Baitul Mal memberikan motivasi atau memberikan sosialisasi kepada masyarakat untuk membayar zakat melalui Baitul Mal agar pembagian zakat diterima secara adil oleh seluruh mustahiq yang membutuhkan. Begitu pula para pelaku usaha yang dagangan nya sudah mencapai nisab dan haul ada baik nya membayar zakat melalui baitul mal agar zakat yang di berikan diterima merata oleh para mustahik. Ada beb<mark>erapa pelaku usaha</mark> yang menunaikan zakatnya secara langsung kepada mustahiq yang mereka ketahui membuat pembagian zakat tidak merata kepada para mustahiq lainnya maka dari itu para pelaku usaha harus mengetahui tentang zakat terlebih dahulu, mempunyai kepercayaan terhadap para pengelola zakat dan juga mempunyai motivasi yang timbul dari diri sendiri untuk membayar zakat di Baitul Mal sehingga zakat yang di bayarkan tersalurkan secara merata kepada para mustahiq yang membutuhkan. Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melihat apakah literasi

zakat, kepercayaan dan motivasi mempengaruhi minat pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal.

Dalam penelitian ini diangakat tema mengenai minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh karena banyaknya pelaku usaha yang masih kurang pemahaman dan minat dalam membayar zakat melalui Baitul Mal, hal inilah yang menjadi permasalahan di lapangan dimana minat pelaku usaha untuk membayar zakat perdagangan masih sangat kurang. penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nafi'ah et al. (2023) tentang minat muzzaki membayar zakat pada BAZNAS mengatakan bahwa minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh beberapa faktor. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlish (2018) membuktikan bahwa variabel minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh variabel kepercayaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Asyaraf (2021) membuktikan bahwa variabel minat masyarakat dalam membayar zakat juga di pengaruhi oleh variabel motivasi.

Pertiwi (2020) mengatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, adanya literasi zakat tidak berpengaruh terhadap masyarakat membayar zakat tetapi minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh beberapa faktor yang lainnya. Safitri dan Suryaningsih (2021) juga mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan

tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Oleh sebab itu butuh penelitian lebih lanjut untuk melihat apakah minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi.

Literasi zakat merupakan suatu kemampuan seseorang untuk membaca, menghitung, memahami serta mengakses informasi tentang zakat yang dapat meningkatkan kesadaran dalam membayar zakat. Menurut Pulungan (2017) tingkat literasi berkorelasi terhadap perubahan perilaku dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat, dan berdampak juga terhadap kehidupan sosial ekonomi seseorang. BAZNAS (2019) mengatakan bahwa literasi zakat merupakan suatu kecakapan atau pemahaman untuk membaca, menghitung, berbicara dan menganalisis serta mendapatkan informasi yang berkaitan dengan zakat dan meningkatkan kesadaran seseorang untuk menunaikan zakat. Nafi'ah et al. (2023) mengatakan bahwa kontribusi literasi zakat, tingkat kesadaran dan religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS tulungagung berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS tulungagung.

Kepercayaan menurut Khotimah & Febriansyah (2018) merupakan sebagai keyakinan terhadap perilaku seseorang dalam rangk mencapai tujuan yang diinginkan tetapi tidak pasti dan dalam situasi yang memiliki resiko. Sedangkan menurut Tarigan

kepercayaan itu sebagai suatu keadaan psikologis yang berupa keinginan untuk menerima akibat yang tidak dapat diduga berdasarkan harapan yang positif terhadap keinginan atau tujuan dari orang lain. Kepercayaan merupakan sebuah kemauan mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasari dengan perasaan bahwa individu lain dapat melakukan sesuatu yang diharapkan dan akan bertindak dalam suatu pola yang saling mendukung Andriani (2019). Pengaruh Kepercayaan terhadap minat yang diteliti oleh Yunus (2016)mengatakan bahwa menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, religiusitas dan kontribusi secara persial berpengaruh positif terhadap minat pedagang mengeluarkan zakat di baitul mal. Religiusitas dan kontribusi berpengaruh signifikan terhadap proses penentuan minat oleh pedagang di pasar los lhokseumawe dalam mengeluarkan zakat di Baitul Mal.

Supartha (2017) mengatakan bahwa motivasi merupakan sebagai suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu agar memperoleh hasil atau tujuan yang diharapkan. Karakteristik motivasi merupakan suatu hal yang sangat penting dan menjadi perspektif dasar dari pendekatan historical. Selanjutnya Kholid (2017) megatakan bahwa motivasi merupakan istilah yang sering digunakan untuk menjelaskan suatu keberhasilan atau kegagalan hampir semua tugas yang rumit. Beberapa pakar juga setuju bahwa suatu teori tentang motivasi berkenaan dengan faktorfaktor yang mendorong tingkah laku dan memberikan arah kepada tingkah laku itu, juga pada umumnya diterima bahwa motif

seseorang untuk terlibat dalam satu kegiatan tertentu didasarkan atas kebutuhan yang mendasarinya. Seperti hal nya yang dikatakan oleh Asyraf (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

Penelitian ini merupakan keberadaan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh pertiwi (2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah unit analisis dan periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku usaha di pasar Aceh dan pasar Peunayong Banda Aceh, periode penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* dengan aplikasi PLS. Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul "Pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh".

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1. Apakah literasi zakat berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh?
- 2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh?
- 3. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap minat pelaku usaha

dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh?

4. Apakah literasi zakat, kepercayaan dan motivasi berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat pada baitul mal banda aceh?

# 1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1. Untuk menganalisis pengaruh literasi zakat terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh
- 2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh
- 3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh
- 4. Untuk menganalisis pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada baitul mal banda aceh

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

# 1.4.1 Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran tentang pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan di Baitul Mal.
- 2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada para pelaku usaha untuk mengeluarkan zakat pada Baitul Mal Banda Aceh.

# 1.4.2 Manfaat Teoritis

- 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademis mengenai pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh, serta menjadi sumber perbandingan antar teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.
- 2. Hasil penelitian ini diharpkan dapat bermanfaat sebagai referensi atau literatur ilmiah untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh.

# 1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudahkan dalam memahami proposal penelitian ini, maka proposal penelitian ini disusun dalam beberapa

bab yang masing-masing terdiri dari sub-sub bab. Lebih jelasnya sistematis penelitian proposal penelitian ini peneliti uraikan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan kerangka teori dan landasan teori serta pengembangan hipotesis yang teridiri dari teori, penelitian terkait, keterkaitan antar yariabel serta hipotesis penelitian.

# BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian jenis penelitian, jenis data, operasional variabel penelitian dan metode analisis data.

# BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dan pembahasan yang akan menjelaskan deskripsi dan pembahasan data hasil penelitian sesuai metode yang digunakan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan penetup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.

# BAB II PEMBAHASAN

### 2.1 Minat

# 2.1.1 Pengertian Minat

Minat secara bahasa berasal dari bahasa inggris yaitu "interest" yang merupakan kesukaan, perhatian, keinginan. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan atau gairah (KBBI Daring 2022). Menurut Farhati (2019) Minat secara etimologi memiliki arti perhatian, kecenderungan hati kepada sesuatu yang di inginkan. Minat merupakan suatu kecenderungan hati seseorang kepada sesuatu. Minat ini timbul dari dalam hati seseorang apabila sesuatu yang diminati itu bermanfaat, bisa dirasakan, bisa dialami secara nyata dan bila pihak luar juga mendorong kearah itu. Minat adalah suatu motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk melaksanakan dan bebas memilih apapun yang mereka mau atau kehendaki. Minat membayar zakat juga merupakan suatu keinginan seseorang untuk menysihkan sedikit harta bendanya guna membayar zakat dilembaga amil zakat. Di Indonesia sangat membutuhkan banyak sumberdaya salah satunya yaitu modal dalam membangun dan mengembangkan perekonomiannya, maka sangat disayangkan potensi zakat yang besar tidak di pergunakan dengan baik Nugroho (2019). Lebih lanjut Setiawan (2018) mengatakan bahwa Minat merupakan kesamaan

hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan dan dorongan eksternal serta dorongan internal yang memberi perilaku buat menetapkan dan memenuhi kewajiban berzakat. Adapun Muhammad (2023) mengatakan bahwa Minat merupakan suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan diri sendiri. Purwanto (2016) menyebutkan bahwa minat yaitu landasan yang penting bagi seseorng untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat. Secara bahasa minat merupakan kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan sifat yang relative menetap pada diri seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya.

# 2.1.1 Macam-Macam Minat

Shaleh (2004) menyatakan bahwa minat memegang peranan penting dalam pelaksanaan proses belajar mengajar sehingga minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, antara lain berdasarkan timbulnya minat dan berdasarkan arahnya minat.

# 1. Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a. Minat Primitif adalah minat yang timbul karena adanya kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak dan nyaman, kebebasan beraktivitas. b. Minat Kultural atau minat sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.

# 2. Berdasarkan arahannya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain :

- a. Minat Intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli.
- b. Minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

# 3. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat macam, terdiri atas:

- a. *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan bik yang berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaab senang.
- b. *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek.
- c. Tested Interest adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.
- d. *Inventoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat- alat yang sudah distandardisasikan.

# 2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar. Menurut Setiawan faktor-faktor minat dipengaruhi oeh dua faktorm yaitu :

#### 1. Faktor Internal

Adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu:

- a. Motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.
- b. Permainan adalah suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakan intensif perhatiannya.
- c. Pengalaman suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra yang ada pada tubuhnya.
- d. Tanggapan adalah banyaknya yang tinggal dalam ingatan setelah itu melakukan pengamatan.
- e. Persepsi merupakan proses untuk mengingat atau mengidentifikasikan sesuatu.

#### 2. Faktor Eksternal

Lingkungan bisa juga mempengaruhi minat karena lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting bagi individu, baik itu lingkungan fisik yang berhubungan dengan benda konkrit

maupun lingkungan fisik yang berhubungan dengan jiwa seseorang. Khairani (2014) mengatakan bahwa Minat merupakan suatu sebab akibat dari pengalaman yang di alami. Minat sendiri erkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab yang akan dipakai di dalam kegiatan yang sama.

Grow and Crow (2013) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :

### a. The Factor Inner Urge/ Faktor Dari Dalam

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.

### b. The Factor of Sosial Motive/Faktor Motif Sosial

Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal, disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam dan motif sosial, misalnya seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

### c. Emosional Factor/Faktor Emosional

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Adapun menurut Shaleh & Wahab (2003) ada tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu :

- a. Dorongan dari dalam diri individu yaitu rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan lebih mudah menimbulkan minat.
- b. Motif Sosial, motif sosial ini dapat menjadi fsktor yang

membangkitksn minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya, seseorang berminat membangun usaha agar dapat perekonomian yang tinggi dari sekarang.

c. Faktor Emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suau kegagalan akan menhilangkan minat terhadap hal tersebut.

### 2.1.3 Fungsi Minat

Minat sangat berfungsi bagi manusia karena dapat mengarahkan seseorng serius dn gigih dalam mencapai tujuan hidupnya, sehingga dapat membawa manusia pada ha-hal yang dianggap tidak perlu menjadi sesuatu yang bermanfaat dalam dirinya,karena timbulnya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa membebani orang lain (Whiterington, 1999). Chabib (1998) mengatakan bahwa ada beberapa fungsi minat adalah sebagai berikut:

- 1. Minat mempengaruhi bentuk dan intensitas cita-cita
- 2. Minat sebagai tenaga pendorong yang kuat
- 3. Minat mempenaruhi intensitas prestasi seseorang
- 4. Minat membawa kepuasan

Minat berhubungan erat dengan sikap kebutuhan seseorang dan mempunyai fungsi sebagaimana yang di jelaskan oleh Pratiwi (2015) bahwa fungsi minat sebagai berikut :

- 1. Sumber motivasi yang kuat untuk belajar
- 2. Minat mempunyai intensitas apresiasi
- 3. Menambah kegairahan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang

#### 2.1.4 Indikator Minat

Susilowati (2017) mengatakan bahwa ada beberapa indikator untuk mengukur minat seseorang, yaitu:

#### 1. Ketertarikan

Dalam ketertarikan ini seseorang menunjukkan adanya pemusatan perhatian terhadap sesuatu dan memiliki perasaan senang.

### 2. Keinginan

Keinginan ini dapat diunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki sesuatu.

# 3. Keyakinan

Hak ini dapat ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri dari seseorang terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Sedangkan Maria (2015) memaparkan bahwa minat memiliki empat indikator, diantaranya yaitu:

- 1. Perhatian
- 2. Perasaan senang atau perasaan tidak senang
- 3. Kesadaran
- 4. Kemauan

Berbeda dengan penelitian Maria, penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2020) mengatakan bahwa ada 3 indikator

# minat yaitu:

- 1. Ketertarikan (*Interest*)
- 2. Keinginan (*Desire*)
- 3. Keyakinan (*Conviction*)

### 2.2 Literasi Zakat

### 2.2.1 Pengertian Literasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Literasi diartikan sebagai kemampuan menulis dan membaca serta kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan kecakapan hidup. Literasi merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola dan memahami informasi saat melakukan proses membaa dan menulis. Definisi literasi dalam proses perkembangannya di artikan sebagai literasi yang berevolusi sesuai dengan zaman. Jika di zaman dahulu literasi adalah kemampuan membaca maka pada zaman sekarang liter<mark>asi su</mark>dah mulai digunakan dalam arti yang lebih luas lagi dan sudah merambat pada praktik kultural yang berkaitan dengan persoalan sosial dan politik, Al Gazali dan Anwar (2023). Adapun pengertian literasi menurut Hafidz (2021) merupakan segenap kemampuan manusia untuk dapat mengidentifikasi, menciptakan, mengkomunikasikan, menafsirkan, memahami. memperhitungkan serta menggunakan bahan-bahan cetak dan tulis yang bertautan dengan berbagai konteks yang mana bisa memungkinkan tiap individu mencapai tujuannya, mengembangkan pengetahuannya seta mengembangkan potensinya dan berpartisipasi

secara penuh dalam masyarakat dan komunitas yang lebih luas kedepannya. Indriyana (2016) memaparkan bahwa literasi saat ini di pahami sebagai kegiatan membaca dan menulis. Pada akhirnya literasi tidak hanya berkaitan dengan membaca tulis, tetapi mencakup kemampuan membaca, memahami, dan mengapresiasi berbagai bentuk komunikasi secara kritis. Pada perkembangan sekarang literasi berkaitan dengan situasi dan praktik sosial. Hingga sekarang literasi di perluas oleh semakin berkembangnya teknologi informasi dan multimedia. Menurut Prastika (2019) literasi juga bermakna praktik dan hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa dan budaya. Literasi di bagi dalam tiga aspek yaitu:

- a. Kemampuan menulis, membaca dan berbicara
- b. Kemampuan menghitung
- c. Kemampuan mengakses informasi dan pengetahuan

# 2.2.2 Pengertian Literasi Zakat

Di dalam agama islam literasi merupakan suatu kemampuan seseorang atau pengetahuan yang dimiliki dalam memahami ajaran yang telah dianutnya. Pengetahuan di dalam islam didasarkan mengetahui terlebih dahulu rukun islam, rukun imam dan kewajiban shalat serta menunaikan zakat. Kurnia (2021) didalam bukunya mengemukakan bahwa literasi zakat dapat kita artikan sebagai pengetahuan seseorang mengenai zakat maka literasi zakat merupakan seuatu kemampuan seseorang dalam membaca, menulis, menghitung serta menerima informasi tentang zakat

yang pada akhirnya tingkat kesadaran yang dimiliki oleh muzzaki semakin tinggi. Literasi Zakat merupakan kemampuan seseorang membaca, memahami, menghitung serta mengakses informasi tentang zakat atau cara pelaksanaanya yang pada akhirnya pelaksanaan akan kesadaran membayar zakat pada setiap individu akan semakin tinggi (Choirin, 2019).

Literasi dalam Islam menjadi bagian dari sejarah perkembangan islam dan telah menjadi budaya muslim sejak zaman rasul, hal tersebut ditandai dengan turunnya surat Al-Alaq ayat 1-5 yang artinya "Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan(1) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah(2) Bacalah, dan Tuhanmulah yang maha mulia(3) Yang mengajar manusia dengan pena(4) Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya(5)". Budaya literasi ini juga yang membawa islam pada masa kejayaan melalui banyaknya perpustakaan dan juga pusat keilmuan islam. Surah Al-Alaq berupaya membina jasmani dan rohani manusia dengan setiap potensi yang di miliki agar seimbang dikeduanya sehingga bisa melahirkan manusia dengan seutuhnya. Dengan perintah membaca (igra) menjadikan dasar bahwa membaca itu tidak akan membekas di jiwa seseorang melainkan di ulang-ulang dan juga membiasakannya agar selalu diingat. Ayat tersebut mengajarkan kepada manusia bahwa kewajiban seseorang manusia adalah menjadi pribadi yang lebih baik yang rajin membaca dan belajar (Mustolehuddin, 2011).

Islam merupakan agama yang sangat mendorong umat nya untuk menumpuk budaya literasi dalam hal membaca dan menulis dikalangan umatnya. Banyaknya umat terdhulu yang sudah memulai menuliskan ayat-ayat Al-Quran di berbagai media sebagai kulit kayu, batu, pelepah kurma, dan media lainnya. Tradisi literasi juga sudah ada sejak zaman Kekhalifahan Abu Bakar Ash Siddig karena pada masa itu dilakukan pembukuan Al-Quran yaitu proses penyatuan Al-Ouran yang semula terpisah pisah di berbagai media lalu di tumpuk menjadi satu kumpulan sehingga manfaatnya bisa dirasakan oleh umat Islam hingga saat ini. Dukungan islam terhadap literasi juga terbukti dengan adanya perpustakaan pada masa ke Khalifahan Abbasiyah bernama Baitul Hikmah atau rumah kebijaksanaan yang didirikan oleh Khalifah Ar- Rasyid di Bagdad. Pada masa keemasan islam, tempat ini tidak hanya dianggap sebagai perpustakaan tetapi juga dianggap sebagai pusat intelektual dan keilmuan (Nur Rohmah, 2019).

### 2.2.2 Indikator Literasi Zakat

Fadhila (2021) menjelaskan bahwa ada beberapa indikator di dalam literasi zakat yaitu sebagai berikut :

1. Pengetahuan umum tentang zakat, zakat adalah sebagai harta yang dimiliki seseorang secara penuh yang dikeluarkan oleh muzakki untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya.

- 2. Pengetahuan kewajiban membayar zakat, merupakan hukum dari membayar zakat adalah wajib untuk dibersihkan diri dari hartanya.
- 3. Pengetahuan terkait dengan golongan yang dapat menerima zakat, yang dapat menerima zakat merupakan 8 golongan yaitu fakir, miskin, amil, orang yang baru masuk islam (muallaf), fi sabilillah, hamba sahaya, orang memiliki hutang, orang yang berpergian jauh.
- 4. Pengetahuan perhitungan zakat, merupakan zakat yang telah mencapai nisabnya yang telah dihitung terlebih dahulu.
- 5. Pengetahuan tentang objek zakat, adalah emas, perak, hewan ternak, pertanian, barang tambang, barang temuan dan barang perniagaan.

# 2.3 Kepercayaan

# 2.3.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Rifa'i (2019) Kepercayaan yang dikemukakan oleh Deutsch merupakan suatu tingkah laku seseorang yang mengiginkan agar orang lain mendapatkan dampak positif juga. Kepercayaan disetiap orang diyakini memiliki memberikan hasil dan mampu melakukan segala sesuatu yang diinginkan oleh orang yang memberikannya, oleh karena itu kepercayaan menjadi dasar utama untuk gotong royong. Junjunan (2020) menjelaskan bahwa kepercayaan berdasarkan proses mengacu pada proses pertukaran sosial, pengalaman diantara beberapa organisasi dengan konsumen ataupun hanya sekedar mendengarkan cerita dari teman. Sedangkan

kepercayan berdasarkan institusi mengacu kepada penggunaan orang ketiga, sedangkan kepercayaan berdasarkan karakteristik mengacu pada kongruensi nilai, latar belakang, etnis serta pengalaman yang telah dibagikan antara penjual dan pembeli. Sedangkan Muhammad (2023) mengatakan bahwa kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana ketika kita bertumpu pada orang lain berarti kita memiliki keyakinan kepadanya. Adapun Wong (2017) menjelaskan kepercayaan merupakan suatu harapan yang timbul dari kalangan masyarakat dimana semua anggota harus dapat bertindak dalam batas norma, kejujuran dan kerjasama.

Kepercayaan yang didefiniskan oleh Mayer yaitu sebagai keinginan seseorang untuk peka atas tindakan orang lain didasarkan pada harapan or<mark>ang lai</mark>n yang akan me<mark>lakuk</mark>an tindakan tertentu pada orang mempercayainnya tanpa bergantung pada yang kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikan. Kepercayaan lahir dari suatu proses perlahan kemudian terkumulasi menjadi suatu bentu kepercayaan. Kepercayaan yang dijelaskan oleh Barnes (2003) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan ini melibatkan ketersediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu agar keyakinan bahwa mitranya akan meberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang hawa kata janji atau ernyataan orang-orang dapat di percaya.

Kepercayaan juga mempunyai pengertian bahwa tindakan

seseorang atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan itu sendiri lahir dari suatu proses yang secara perlahan kemudian terakumulasi menajdi suatu bentuk kepercayaan atau kepercayaan juga keyakinan seseorang terhadap suatu produk atau hal lainnya (Amir, 2005). Lebih lanjut Amir (2005) mengatakan ada beberapa hal atau elemen penting dari pengertian kepercayaan, ialah:

- a. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko
- b. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan dimasa lalu
- c. Watak yang diharapkan dari mitr seperti dapat dipercaya dan dapat dihandalkan
- d. Kepercay<mark>aan</mark> melibatkan perasaan aman dan yakin terhadap diri sendiri

# 2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan menurut Candra et al (2022) ada lima faktor, yaitu sebagai berikut:

# 1. Kejujuran

Sikap jujur dan patuh akan dapat menumbuhkan rasa saling percaya antara satu sama lain, saling menghormati diantara para pelaku usaha yang akan berdampak pada efisiensi dalam berusaha.

# 2. Kualitas Pelayanan Yang Baik

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu hubungan yang dapat terpenuhi harapannya atau kebutuhan pelanggannya.

Kualitas pelayanan yang baik memiliki beberapa ciri-ciri yang harus diikuti oleh pemimpin dan semua anggota karyawan dalam melaksanakan tugasnya, yaitu :

### a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang bekerja dan melayani, karyawan haruslah ramah, sopan, dan menarik serta karyawan harus cekatan, tepat tanggap, pandai dalam berbicara, menyenangkan, rapi, serta pintar.

### b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Untuk pelayanan yang baik maka yang harus perhatikan adalah tersedianya sarana dan prasarana yang memadai. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman dan aman di dalam ruangan tersebut.

# c. Bertanggung jawab kepada pelanggan

Karyawan harus bertanggung jawab kepada pelanggan sejak awal hinga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.

# d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mampu melayani dengan cepat dan tepat adalah hal yang utama agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang sesuai dengan prosedurnya.

e. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap pelayanan Karyawan harus menjaga dan menjamin bahwa kerahasiaan pelanggan tidak di ketahui oleh orang lain agar pelanggan merasa aman dan nyaman.

# f. Mampu berkomunikasi dengan baik

Mampu berkomunikasi dengan baik artinya karyawan harus mampu berbicara dengan jelas dan karyawan harus mampu dnegan cepat memahami kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan.

### g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki skill dan pengetahuan khusus. Mempunyai kemampuan dan pengetahuan terhadap bidang yang dijalankan akan membuat pekerjaan cepat sesuai dengan waktu yang diinginkan.

### h. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diingkan oleh pelanggan.

# i. Mampu memberikan kepercayaan terhadap pelanggan

Karyawan harus mampu memberikan kepercayaan yang berkualitas terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas dan percaya terhadap kinerja perusahaan dan kinerja karyawan.

Kasmir, (2011) mengatakan bahwa ada beberapa hal yang menentukan derteminan dalam kualitas pelayanan yang prima, yaitu sebagai berikut :

- a) Reliability (keandalan)
- b) Responsiveness (ketanggapan)
- c) Assurance (jaminan dan kepastian)

- d) Empathy (empati)
- e) Tangible (berwujud)

# 3. Pemimpin Yang Dipercaya Masyarakat

Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang dapat dipercaya dan dapat mendengarkan keluhan yang disampaikan oleh karyawan maupun oleh masyarakat yang disampaikan dengan jujur, jika masyarakat atau pelanggan sudah mengeluh maka sebagai pemimpin yang baik harus mampu mendiagnosa dengan tepat dan bisa memberikan solusi terbaik untuk mengatasinya. Seperti yang telah dijelaskan oleh Stephen R.Covey di dalam buku nya yang berjudul "The Speed of Trust: The one Thing That Changes Everything" diungkapkan bahwa ada 5 gelombang kepercayaan yaitu sebagai berikut:

- a. Self Trust yaitu kepercayaan terhadap diri sendiri. Pemimpin yang baik harus mempunyai tujuan yang baik dalam menjalankan kepemimpinannya.
- b. *Relationship Trust*, diperlukannya relationship trust karena adanya tingkah laku organisasi lengkap dengan jajajrannya secara konsisten dan berkesinambungan.
- c. Stakeholder Trust, setiap organisasi yang dipimpinya tidak diperkenankan untuk melindungi tetapi harus menjamin kualitas pada anggota organisasi dengan memberikan kepercayaan yang sangat tinggi.
- d. *Market Trust*, dipergunakan dengan menggunakan prinsip reputasi, keunggulan branding image dan menunjukkan bukti

- nyata bahwa apa yang disampaikan ada buktinya.
- e. *Societal Trust*, pemimpin harus mampu memelihara kepercayaann yang diberikan oleh masyarakat dengan memberikan kembali kepercayaan itu dalam bentuk proses pemberdayaan yang dinamis.

# 4. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Salah satu bidang penting dalam mengelola bisnis adalah berkaitan dengan sumber daya mansuai (SDM) yang terlibat dalam proses bisnis atau usaha. Intensitas bisnis berhubungan dengan manusia dapat dipandang sebagai suatu perbedaan penting antara orgaisasi bisnis dengan organisasi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masalah SDM menjadi hal paling utama dalam proses bisnis.

### 5. Pameran Produk

Adapun pelaksanaan pameran pada umumnya memiliki beberapa tujuan yang sangat dibutuhkan dalam rangka mrngenalkan, membangun image dan citra sebuah lembaga usaha organisasi sosial yang pada akhirnya akan menimbulkan kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Asapun tujuan dalam menjalankan pameran poduk ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengenalkan nama organisasi bisnis atau usaha tertentu agar lebih akrab ditelinga masyarakat
- Mengenalkan visi misi organisasi bisnis yang berkaitan dengan kemajuan zaman
- c. Mengenalkan prestasi-prestasi yang pernah diraih dalam eventevent nasional maupun internasional

- d. Mengenalkan beberapa keungulan yang dimiliki oleh organisasi bisnis kepada pengunjung pameran disbanding dengan pendidikan yang lain
- e. Menciptakan pencitraan terhadap organisasi bisnis yang dipromosikan atau dipamerkan.

### 2.3.4 Macam-Macam Kepercayaan

Beberapa bentuk kepercayaan yang di jelaskan oleh Larasati (2017) diantaranya yaitu:

# 1) Kepercayaan Askriptif

Kepercayaan Askriptif merupakan hubungan yang diperoleh berdasarkan ciri- ciri yang melekat secara pribadi yaitu seperti latar belakang kekerabatan, etnis keturunan yang dimiliki.

# 2) Kepercayaan Prosesual

Kepercayaan Prosesual merupakan suatu proses interaksi sosial yang dibangun oleh para actor yang terlibat.

# 2.3.5 Indikator Kepercayaan

Ridwan et al, (2020) menjelaskan bahwa indikator kepercayaan ada empat komponen, yaitu sebagai berikut:

- 1. Persepsi Integritas (*Integrity*), merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang telah diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.
- 2. Persepsi Kebaikan (*Benevolence*), yaitu didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi

yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

- 3. Persepsi Kompetensi (*Competence*), merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluan.
- 4. Konsistensi perilaku oleh penjual (*Predictability*), kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan barang yang dijual sehingga konsumen dapat mengantisipasi dan memprediksi tentang kinerja penjual.

Sebaliknya Maya, (2017) mengemukakan bahwa indikator kepercayaan seseorang itu adalah sebagai berikut:

# 1. Kesungguhan atau Ketulusan

Kebaikan karyawan atau pengelola suatu bisnis yang diberikan kepada pelanggan bisa menguntungkan satu sama lain.

# 2. Kemampuan

Kemampuan ini mengacu kepada kompetensi dan karakteristik penjual dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Di dalam hal ini melihat bagaimana penjual mampu melayani, menyediakan hingga mengamankan transaksi dari ganggu pihak lain.

# 3. Integritas

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan gerhadap konsumen apakah sesuai dengan fakta atau tisak serta

apakah kualitas produk yang dijual bisa di percaya atau tidak.

#### 2.4 Motivasi

### 2.4.1 Pengertian Motivasi

Dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Motivasi merupakan dorongan yang muncul dalam diri seseorang untuk melakukan atau berfikir dengan tujuan tertentu, baik sadar maupun tidak sadar. Judge (2018) mengatakan bahwa motivasi berasal dari bahasa inggris yang artinya motive yang berarti dorongan. Menurut istilah motivasi adalah suatu kondisi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perubahan atau kegiatan yang berlangsung secara sadar. Menurut Judge dan Robbins (2018) motivasi adalah kesediaan individu untuk mengeluarkan upaya yang tinggi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi adalah pendorong seseorang atau diri sendiri agar mau untuk mengerahkan kemampuan yang dimiiki dalam bentuk keterampilan, keahliah, tenaga atau waktu untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi juga bisa di katakana sebuah keuatan atau energy seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasme seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau kegiatan baik itu yang berasal dari dalam diri individu atau dari luar individu.

Ada tiga teori motivasi menurut para ahli, yaitu sebagai berikut:

# 1) Teori Motivasi Herzberg

Teori ini menggambarkan teori motivasi menajdi dua teori yaitu faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor faktor yang menyebabkan kepuasan (Maya & Kristiana, 2017).

#### 2) Teori Motivasi Freud

Teori ini mengasumsikan bahwa kekuatan-kekuatan psikologi yang membentuk perilaku pembeli sebagian besar berasal dari bawah standar

### 3) Teori Motivasi Maslow

Teori ini mengatakan bahwa bila seseorang berhasil dalam memuaskan suatu kebutuhan yang penting, maka kebutuhan tersebut bukan merupakan motivasi agi, dan orang tersebut akan berusaha memuaskan kebutuhan yang paling penting.

Motivasi yang dijelaskan oleh Robbins (2017) adalah kekuatan yang membuat orang terdorong untuk mengeluarkan upaya yang sangat tinggi untuk bisa mencapai tujuan yang diinginkan atau untuk mencapai tujuan organisasi selama tujuan tersebut sejalan dengan kebutuhan individu. Khaliq (2017) menjelaskan bahwa motivasi diartikan sebagai upaya pimpinan untuk mengerakkan atau memotivasi seseorang atau sekelompok orang yang dipimpin dengan menumbuhkan dorongan atau motive dalam diri orang-orang yang dipimpin untuk melakukan tugas atau kegiatan yang diberikan kepadanya sesuai rencana.

Malayu (2016) menjelaskan bahwa motivasi merupakan mengarahkan daya dan potensi bawahan agar mau bekerjasama secara produktif agar mencapai hasil yang telah di tentukan. Motivasi juga suatu kekuatan penggerak yang menjadi sebab terjadinya aktivitas pada manusia dan sebab timbulnya tingkah laku serta mengarahkannya meuju tujuan tertentu. Menurut Rizkia (2014) mengemukakan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang singnifikan namun tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan kesadaran muzzaki untuk membayar zakat.

#### 2.4.2 Jenis-Jenis Motivasi

Ada beberapa jenis motivasi diantara nya seperti yang dikemukakan oleh Malayu (2017) Motivasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Motivasi Positif

Motivasi positif merupakan suatu proses untuk mempengaruhi orang lain dengan cara memberikan penambahan tingkat kepuasan tertentu. Motivasi positif ini didasari atas keinginan manusia untuk mencapai keuntungan-keuntungan tertentu.

# 2. Motivasi Negatif

Motivasi Negatif merupakan proses untuk mempengaruhi orang lain dengan cara yang bersifat memaksa. Motivasi negative ini sering dikatakan sebagai motivasi yang bersumber dari rasa takut.

#### 2.4.3 Indikator-Indikator Motivasi

Saefurridjal et al. (2023) mengatakan bahwa Motivasi ini mengandung beberapa unsur, yaitu sebagai berikut:

### 1. Tujuan

Manusia adalah makhluk yang memiiki tujuan juga memiliki motivasi sangat tinggi yang sadar bahwa antara tujuan dirinya dengan tujuan organisasi selalu sejalan.

#### 2. Kekuatan dari dalam individu

Kekuatan yang menjelma menjadi bentuk dorongan batin seseorang untuk mengerjakan sesuatu dengan tepat waktu, optimal dan efisien sehingga dapat dilihat tujuan yang ingin dicapai.

# 3. Keuntungan

Jika seseorang sudah bekerja dengan rajin tentu akan mendapatkan keuntungan yang sepadan dengan apa yang sudah dia kerjakan. Manusia adalah makhluk yang taraf pengabdian tinggi jika sudah memiliki hasrat dalam meraih sesuatu.

Sedangkan Robbins (2015) mengatakan bahwa Indikator yang digunakan dalam mengukur motivasi antara lain yaitu :

# 1. Penghargaan (reward)

Penghargaan merupakan perbuatan menghargai atau perbuatan menghargai atas apa yang telah didapatkan oleh seseorang baik

secara materi maupun non materi. Dengan kata lainnya penghargaan yang didapat oleh seseorang adalah suatu nikmat tertentu yang seringkali didorong untuk melakukan sesuatu sebagai bentuk penghargaan atas nikmat yang diperoleh.

### 2. Hubungan atau Interaksi Sosial

Hubungan atau Interaksi Sosial merupakan bagian terpenting dalam indikator untuk mengukur motivasi karena hal tersebut dapat mendorongseseorang untuk melakukan sesuatu seperti halnya membayar zakat. Seseorang muzakki termotivasi membayar zakat karena masyarakat disekitarnya rutin membayar zakat melalui Baitul Mal.

### 3. Kebutuhan Hidup

Fenomena didalam masyarakat yaitu kesenjangan sosial yang terjadi di kalangan masyarakat menjadikan salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu seperti halnya membayar zakat karena dengan mendistribusikan zakat secara tidsk langsung itu akan membantu masyarakat yang mengalami kesusahan dan dapat memenuhi kebutuhannya.

# 4. Keberhasilan Dalam Bekerja

Seseorang yang berhasil dalam bekerja merupakan impian bagi semua orang, seseorang bersedia untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuannya begitupun dengan seseorang yang baru saja memperoleh penghasilan atau memiliki harta yang telah mencapai nisab nya bersedia mengeluarkan sebagian hartanya untuk

berzakat agar memperoleh keberkahan dan membantu masyarakat yang membutuhkan.

#### 2.5 Zakat

### 2.5.1 Pengertian Zakat

Zakat dalam bahasa arab yaitu "zaka" yang artinya berkah, bersih dan bertumbuh. Secara harfiah zakat dapat diartikan keberkahan dan meningkat. Zakat juga dapat diartikan sebagai membersihkan diri setelah melakukan kewajibannya vaitu menunaikan zakat. Fitri (2017) mengatakan bahwa zakat merupakan kewajiban bagi umat muslim untuk menjalankan rukun islam yang ketiga, maka zakat dapat diartikan sebagai kewajiban untuk setiap muslim yang sudah terpenuhi nisab dan haul nya untuk menanamkan nilai keimanan didalam diri. Sedangkan Fadia dan Rahman (2023) menjelaskan bahwa zakat merupakan bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah mencapai syarat yang telah di tetapkan. Zakat merupakan salah satu rukun islam yang wajib dilaksanakan bagi kaum muslim di dalam proses pengabdian kepada Allah SWT, zakat sering dianggap sebagai sumber daya sekaligus sumber dana potensial di dalam pelaksanaan program dengan harapan dapat memberi dampak positif terhadap yang menerimanya (BAZNAS, 2017).

Zakat menurut bahasa mempunyai beberapa arti diantaranya yaitu, *Al-baraqah* (keberkahan), *Al-thaharah* (kesucian) dan *Al-namaa* (pertumbuhan dan perkembangan). Secara isilah berarti hak Allah yang dikeluarkan oleh orang islam kepada fakir miskin.

Menurut Hasan (2008) zakat yaitu membersihkan (mensucikan) diri dari hartanya sehingga pahalanya bertambah, hartanya tumbuh atau berkembang dan membawa berkah. Sedangkan menurut terminology para fuqaha, zakat dimaksudkan sebagai penunaian, yakti penunaian hak yang wajib yang terdapat dalam harta. Zakat juga dimaksudkan sebagai bagian harta tertentu dan yang diwajibkan oleh Allah untuk diberikan kepada orang-orang fakir (Al-Zuhayly, 2008).

Djuanda (2006) mengatakan zakat adalah ibadah *Maliyah ijtima'iyyah* yang memiliki posisi yang sangat penting, strategis dan menentukan baik dari sisi ajaran maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Keberadaan zakat diketahui secara otomatis adanya dan merupakan bagian mutlak dan keislaman seseorang. Begitupula Yunus (2016) mengemukakan bahwa zakat yaitu mengeluarkan sebagian harta benda atas perintah Allah sebagai shadaqah wajib kepada mereka yang telah ditetapkan menurut syarat-syarat yang telah di tentukan oleh hukum islam. Bagi muslim yang mempunyai harta benda yang melebihi hisab wajib hukumnya mengeluarkan zakat untuk membantu fakir miskin.

Zakat memiliki peran penting bagi kehidupan umat islam, disamping berfungsi untuk mensucikan harta zakat juga penting karena menjadi salah satu instrument bagi para muzzaki untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat fakir dan miskin. Penyaluran zakat akan berhasil jika para pengelola nya menghimpun dan

mendistribusikannya dengan baik dan benar untuk yang membutuhkan agar perekonomian mereka membaik dan meningkatkan taraf hidup.

Ada beberapa Mazhab yang memberikan definisi mengenai makna zakat menurut Muhammad bin Ismail Abu Abdillah al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, dalam maktabah al-Shamilah. diantaranya yaitu:

# 1. Mazhab Syafi'i

Mazhab syafi'i mengemukakan bahwa zakat ialah sebuah ungkapan untuk mengeluarkan harta atau tubuh sesuai dengan cara yang khusus.

#### 2. Mazhab Maliki

Mazhab Maliki mengemukakan bahwa zakat ialah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nisab kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Manakala kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul (setahun) selain barang tambang dan pertanian.

#### 3. Mazhab Hanafi

Mazhab Hanafi ini mengemukakan bahwa zakat ialah menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus sesuai ketentua syar'iat.

#### 4. Mazhab Hambali

Mazhab Hambali ialah mazhab yang mengemukakan bahwa zakat ialah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula.

Pengelolaan zakat di Aceh merupakan bagian dari penerapan syariat islam dan di kelola khusus sebagai bagian APD. Pemerintah Aceh sudah menetapkan Qanun yang mewajibkan seseorang untuk membyar zakat yaitu pasal 3 (1) dan (2), yang berbunyi "setiap orang yang beragama islam atau setiap badan yang berdomisi dan melakukan kegiatan usaha dalam provinsi Aceh ini yang memenuhi syarat sebagai muzakki maka wajib mengeluarkan zakat melalui Badan Baitul Mal".

### 2.5.2 Dasar Hukum Zakat

Hasan (2008) mengatakan dalam agama islam disebutkan bahwa zakat merupakan salah satu rukun islam dan juga menjadi kewajiban bagi umat islam dalam rangka pelaksanaan dua kalimat syahadat. Di dalam Al-Quran dijelaskan kata zakat dan shalat selalu digandengkan dan disebut sebanyak 82 kali.

Salah satu firman Allah SWT dalam Al-Quran yang menjelaskan tentang zakat yaitu Surah At-Taubah ayat 103 yang berbunyi :

خُذْ مِنْ اَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيْهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ اِنَّ مِنْ اَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيْهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ اِنَّ اللهُ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ صَلُوتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ وَاللهُ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ

Artinya : "Ambillah zakat dari harta mereka, guna

membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui".

Dari ayat di atas dapat di jelaskan bahwa sedekah dan zakat akan mensucikan diri dari dosa dan zakat juga dapat mensucikan diri dari sifat "cinta harta". Selain itu, akat juga akan membersihkan diri dari segala sifat jelek akibat harta, seperti tamak, kikir dan sebaginya. Menunaikan zakat akan menyebabkan suatu keberkahan hal itu akan membuat harta menjadi berlipat. Perintah itu berlaku terhadap semua pemimpin atau penguasa daam masyarakat untuk memungut zakat kemudian membagikannya kepada orang yang berhak menerima zakat. Hal itulah yang membuat Rasulullah memerintahkan sahabatnya untuk menarik zakat dari kaum muslim, menunaikan zakat berarti membersihkan harta benda yang tinggal dimana harta itu merupakan hak orang lain (Sri Riwayati & Nurul Bidayatul Hidayah, 2018). Adib (2013) menjelaskan bahwa zakat dapat diposisikan dalam dua hal: pertama, dengan seluruh potensi yang ada maka zakat dapat menjadi harapan bagi salah-satu solusi pemberdayaan umat. Kedua, pertumbuhan zakat yang terus meningkat dari tahun ke tahun mengindikasikan adanya hara pan mernpertegas upaya pemberdayaan umat untuk keluar dari berbagai persoalan sosial. Hanya saja,kedua kondisi yang terkait dengan pertumbuhan zakat tersebut harus diiringi dengan penguatan kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat sekaligus memberikan kepercayaan penuh kepada lembaga pengelola zakat untuk mendayagunakan harta zakat demi kepentingan umat.

Menurut Ibnu Katsir, ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT dan Rasul nya memerintahkan untuk mengambil zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan diri melalui zakat tersebut. menurutnya, oerintah ini juga ditujukan kepada orangorang yang mengakui perbuatan dosa mereka yang mencampurkan amal baik dan amal buruknya. Zakat yang dikeluarkan dari usaha yang halal akan diterima Allah SWT dengan tangan kananya lalu dia menjaganya untuk pemiliknya hingga sebiji buah kurma menjadi sebagai bukit uhud hal ini menerangkan tentang harta yang dizakatkan akan mendatangkan keberkahan yang berlipat (Ai Imas Mursyidah Zein & Ahmad Hasan Ridwan, 2023). Rofiq (2001) menjelaskan bahwa zakat merupakan ibadah yang bertalian dengan harta benda, Zakat juga merupakan suatu kewajiban sosial bagi para muslim yang mempunyai kelebihan harta serta kekayaan yang sudah memenuhi batas minimal nisab dan rentang waktu setahun (haul) bertujuan agar zakat dapat mewujudkan pemerataan keadilan dalam bidang ekonomi umat.

# 2.5.3. Syarat Wajib Zakat

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut beberapa ulama yang dibahas di dalam artikel ( Dompet Dhuafa, 2022) adalah sebagai berikut :

#### a. Merdeka

Merdeka yaitu zakat dikenakan kepada orang-orang yang bebas dan dapat bertindak bebas, menurut kesepakatan ulama zakat tidak wajib atas hamba sahaya yang tidak mempunyai hak milik.

#### b. Musim

Menurut para ulama zakat tidak wajib atas orang kafir dkarenakan zakat ini merupakan ibadah yang suci.

# c. Baliqh dan Berakal

Zakat tidak di ambil dari orang-orang gila atau dari harta anak kecil sebab keduanya tidak termasuk dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah seperti sholat dan puasa.

# d. Kepemilikan harta yang penuh

Harta yang dikeluarkan zakatnya haruslah murni dari harta yang halal dan harta pribadi tidak bercampur dengan harta orang lain.

# e. Mencapai nisab

Jika harta seseorang sudah mencapai nisab nya maka wajib menunaikan zakat dikarenakan nisab adalah batasan antara aoakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak sesuai ketentuan syara'.

# f. Mencapai haul

Haul merupakan kekayaan yang dimiliki seseorang apabila sudah mencapai satu tahun hijriyah atau telah mencapai jangka waktu yang mewajibkan seseorang mengeluarkan zakat.

# 2.5.4 Tujuan dan Fungsi Zakat

Zakat juga mengandung pengertian suci, bersih, berkembang

danbertambah juga mempunyai makna yang sangat penting dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun masyarakat. Adapun Qardhawi (1983) menjelaskan bahwa tujuan zakat ada tiga, yaitu sebagai berikut:

### 1. Tujuan Zakat bagi Muzakki

- a. Zakat dapat mensucikan dan membebaskan jiwa dari sifat kikir dan tamak karena sifat kikir yang berlebihan terkadang rela melakukan apapun agar mendapatkan.
- b. Zakat membiasakan diri untuk berinfak dan berbagi dikarena dengan membiasakan diri untuk berbagi maka menghilangkan sifat pelit pada diri seseorang.
- c. Zakat merupakan wujud rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang telah diberikannya.
- d. Zakat mendatangkan kecintaan dikarenakan dengan zakat dapat tercipta nya hubungan yang baik antara yang kaya dengan yang miskin.
- e. Zakat dapat mensucikan harta karena dengan mensucikan harta maka dapat menghilangkan hak orang lain (orang miskin) yang melekat pada harta yang kita peroleh.
- f. Zakat mensucikan harta yang di peroleh dengan cara yang halal bukan dengan yang haram.
- g. Zakat dapat mengembangkan dan menambah harta karena orang yang membayar zakat mendatangkan keberkahan, keaikan dan kebahagiaan bagi orang yang membayar zakat.

### 2. Tujuan Zakat bagi mustahik

- a. Zakat membebaskan mustahik dari kesulitan yang menimpanya.
- b. Zakat menghilangkan sifat benci dan dengki.

# 3. Tujuan zakat bagi masyarakat

### a. Zakat dan tanggung jawab sosial

Pada sasaran ini ada yang bersifat identitas sosial, seperti tolong menolong orang yang mempunyai kebutuhan, menolong orang-orang yang lemah, seperti fakir miskin, orang-orang yang berhutang dan ibnu sabil.

### b. Zakat dan aspek ekonominya

Zakat dilihat dari segi aspek ekonomi adalah merangsang si pemilik harta untuk senantiasa bekerja untuk mendapatkan rezeki dengan mendapatkan rezeki memungkinkan dirinya untuk menunaikan zakat.

# c. Zakat dan kesenjangan sosial ekonomi

Di dalam kehidupan bermasyarakat, pendapatkan ekonomi masyarakat tidaklah sama. Kesejangan tersebut kerap memicu terjadinya posisi yang saling berlawanan serta bersinggungan sosial. Dengan adanya zakat maka dapat menjadi solusi pencegahan terjadinya konflik akibat kesenjangan ekonomi tersebut.

Soemitra (2016) menjelaskan didalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 ada beberapa tujuan zakat, yaitu :

a. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat

b. Meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan

Berdasarkan penjelasan di atas maka tujuan zakat dapat disimpulkan bahwa zakat bertujuan untuk mewujudkan kesetiakawanan sosial antar anggota masyarakat, mengaktifkan kegiatan ekonomi dan invests, membersihkan diri dari sifat kikir dan membiasakan diri untuk berinfak dan berbagi. Menurut surah AtTaubah ayat 103 mengandung fungsi ibadah zakat yaitu fungsi material, spiritual, hati jiwa dan lain sebaginya. Lebih lanjut Sarong (2009) dalam kamus Bahasa Arab menjelaskan ada beberapa fungsi yaitu :

### a. Istiqamah

Istiqamah artinya zakat harus dikeluarkan dengan istiqamah seperti contohnya untuk menghindari adanya bentuk-bentuk kecurangan dalam perhitungan pemilikan dan pembagian.

# b. Bergegas dan cepat

Dalam mengeluarkan zakat harus cepat dan jangan ditunda tunda untuk mengeluarkan zakat akan sangat baik.

- c. Mempermudah jalan penerimaannya supaya tidak terjadi banyak kemiskinan di kehidupan bermasyarakat.
- d. Seseorang yang agung dan bijaksana, mereka yang mengeluarkan zakat adalah orang yang agung dan bijaksana

#### 2.5.5 Mustahik Zakat

Mustahik zakat yaitu orang-orang yang berhak meneriman

zakat. El-Batanie (2009) menjelaskan ada delapan golongan yang wajib menerima zakat, yaitu sebagai berikut:

### a. Orang Fakir

Orang fakir adalah orang yang secara ekonomi berada di garis paling bawah. Orang fakir yaitu orang yang sengsara hidupnya tidak mempunyai harta dan tenaga untuk memenuhi kehidupannya dan juga fakir tidak memiliki penghasilan yang cukup untuk memenuhi kehidupan sehari-hari nya.

### b. Orang Miskin

Orang miskin adalah orang yang mempunyai pekerjaan tetapi hasil yang di peroleh dari bekerja tidak mencukupi untuk kebutuhan kehidupan keluarga sehari-hari. Secara keseluruhan ia tergolong orang-orang yang masih tetap kesusahan dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.

#### c. Amil Zakat

Amil zakat adalah orang yang bekerja di lembaga pengelolaan zakat yang diamanhi untuk pengumpulan, pengelolan dan pembagian zakat.

#### d. Muallaf

Muallaf adalah orang non islam yang ada harapan untuk masuk islam, dan orang-orang yang baru masuk islam akan tetapi imam nya masih lemah juga akan mendapatkan zakat.

# e. Riqab

Riqab adalah orang yang berstatus budak. Dana zakat untuk kategori Riqab berarti dana untuk usaha memerdekakan orang atau

kelompok yang sedang tertindas dan kehilangan haknya untuk menentukan arah hidupnya sendiri.

#### f. Gharimin

Gharimin adalah orang yang tertindih atau terlilit hutang karena untuk memenuhi kepentingan kebaikan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya.

### g. Fi Sabilillah

Fi Sabilillah adalah orang yang sedang berjuang di jalan Allah SWT untuk kepentingan membela agama islam.

#### h. Ibnu Sabil

Ibnu Sabil adalah orang yang sedang melalukan perjalanan untuk kebaikan dan kehabisan bekal maka dia wajib menerima zakat.

#### 2.5.6. Hikmah dan Manfaat Zakat

Ada beberapa penelitian yang mengatakan hikmah dan manfaat zakat diantaranya yaitu Hafidhuddin (2002) yang menjelaskan bahwa hikmah dan manfaat zakat yaitu sebagai berikut:

- 1) Perwujudan keimanan kepada Allah SWT, mensyukuri nikmatnya, menumbuhkan akhlak yang mulia dengan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materialistis serta menumbuhkan ketenangan hidup sekaligus membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki.
- 2) Zakat merupakan hak mustahik maka zakat berfungsi sebagai sarana tolong menolong, membantu dan memina mereka ke arah kehidupan yang lebih baik dan lebih layak serta dapat beribadah

kepada Allah SWT.

- 3) Sebagai pilar amal bersama antara orang-orang kaya yang berkecukupan hidupnya dan para mujtahid yang seluruh waktu digunakan untuk berijtihad di jalan Allah SWT.
- 4) Sebagai alah satu sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat islam, seperti sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial maupun ekonomi sekaligus sarana perkembangan kualitas sumber daya manusia muslim.
- 5) Untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar, sebab zakat bukanlah membersihkan harta yang kotor akan tetapi mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta kita yang kita usahakan dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan Allah SWT.
- 6) Dari sisi pembangunan kesejahteraan umat, zakat merupakan salah satu instrument pemerataan pendapatan. Zakat yang dikelola dengan baik dimungkinkan membangun pertumbuhan ekonomi sekaligus pemerataan pendapatan.

# 2.6 Zakat Perdagangan

Perdagangan pada umumnya ialah membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu daerah tertentu dan pada waktu tertentu dan menjual kembali barang itu di tempat lain dengan maksud memperoleh keuntungan (Kansil et al, 2010). Ali Mahmud (2019:76) menjelaskan bahwa barang dagangan dalam bahasa Arab disebut dengan al'urudh dan 'uruudhut-tijaarah, dimana alasan dinamakan demikian karena barang-barang yang ditawarkan untuk dijual dan dibeli atau karena ditawarkan kemudian akan lenyap dan

habis. Dalam hukum zakat barang dagangan adalah barang yang dibeli kemudian untuk diperjualbelikan (Nurul Qalbiah, 2013:261). Baznas (2021) mengatakan bahwa Zakat Perdagangan merupakan zakat yang dikeluarkan dari harta niaga sedangkan harta niaga adalah harta atau aset yang diperjualbelikan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan.

Sebagaimana yang telah di jelaskan diatas, maka dapat dipahami bahwa zakat perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan atas kepemilikan harta yang diperuntukan untuk jual beli. Zakat perdagangan ini bisa di kenakan untuk usaha perseorangan atau PT maupun CV.

## 2.6.1 Syarat-Syarat Wajib Zakat Perdagangan

Menurut Shaleh (2005:269) syarat wajib zakat untuk barang dagangan yaitu sebagai berikut :

- 1. Harta tersebut dimiliki dengan usaha sendiri
- 2. harta tersebut dimiliki dengan niat diperdagangkan yaitu untuk memperoleh keuntungan
- 3. nilainya mencapai nisab emas ataupun perak
- 4. kepemilikan terhadapnya mencapai satu tahun

## 2.6.2 Nisab, Haul dan Kadar Zakat Perdagangan

Nisab zakat perdagangan sama dengan nisab zakat aset keuangan yaitu 85 gram emas atau 200 dirham perak sebagaimana

yang telah disepakati oleh beberapa fuqaha. Penetapan suatu nilai aset yang telah mencapai nisab yaitu pada akhir masa haul. Zakat perdagangan itu dihitung berdasarkan asas "bebas dari semua tanggungan keuangan" dengan demikian maka zakat tidak dapat dihitung kecuali pada waktu yang telah di tentukan yaitu pada akhir masa haul.

Haul zakat perdagangan yaitu selama 1 tahun. Oleh karena itu seorang pelaku usaha harus membuat perhitungan atas harta benda dagangannya. Tahun perdagangannya dihitung sejak pertama kali mulai berdagang. Apabila telah mencapai nisab maka wajib untuk mengeluarkan zakat atas dagangannya dengan kadar seperti emas yaitu 2,5% (Sarni, 2017:24).

## 2.6.3 Perhitungan Zakat Perdagangan

Sayyid Sabiq (2013:73) menjelaskan bahwa perdagangan yang telah mencapai nisab senilai 85 gram emas dan telah mencapai haul 1 tahun sejak diniatkan dan diperdagangkan wajib mengeluarkan zakatnya. Cara perhitungan zakat perdagangan yaitu dengan menghitung seluruh harta barang dagangan yang dimiliki lalu di kurangi dengan jumlah utang yang menjadi beban. Jika memiliki harta perdagangan yang sudah mencapai nisab dan haul maka menilainya pada akhir tahun dan mengerluarkan zakatnya dengan kadar 2,5% dari keseluruhannya. Perlu diperhatikan bahwa barang dagangan tidak dihitung untuk haul kecuali mencapai nisab. Jika dirumuskan maka:

#### Zakat Perdagangan =

(Modal + Keuntungan / Laba + Piutang yang dapat di cairkan) –

(Utang + Kerugian) x 2,5%

#### 2.7 Penelitian Terkait

Dalam penelitian terdahulu penulis mencantumkan beberapa penelitian bertujuan untuk menguatkan bahwa yang akan diteliti oleh penulis ini belum pernah diteliti oleh orang lain pada penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti yang memiliki hubungan tentang pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat di Baitul Mal sehingga mendorong penulis untuk melakukan penelitian tersebut, semoga hasil nya nanti bisa menjadikan rujukan bagi pembaca dan penulis. Namun ada beberapa peneliti terdahulu dengan tema yang sama dengan penelitian yang penulis teliti, yaitu:

Peneliti Muhammad Yunus (2016) yang berjudul "Analisis Pengaruh Kepercayaan Religiusitas dan Kontribusi Terhadap Minat Para Pedagang Mengeluarkan Zakat Di Baitul Mal (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe)". Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, religiusitas dan kontribusi terhadap minat pedagang di pasar los kota lhokseumawe mengeluarkan zakat di Baitul Mal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, religiusitas

dan kontribusi secara persial berpengaruh positif terhadap minat pedagang mengeluarkan zakat di baitul mal. Religiusitas dan kontribusi berpengaruh signifikan terhadap proses penentuan minat oleh pedagang di pasar los lhokseumawe dalam mengeluarkan zakat di Baitul Mal.

Peneliti Mukhlish Muhammad Nur dan Zulfahmi (2018) dengan judul " Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe". Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pengetahuan, pendapatan dan kepercayaan para muzakki atas motivasi mereka membayar zakat di baitul mal lhokseumawe. Hasil penelitian ini menujukkan bahwa variabel pengetahuan, pendapatan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yang diidentifikasi sebagai minat muzakki dalam membayar zakat di baitul mal lhokseumawe. Hasil variabel pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di baitul mal lhokseumawe sedangkan penghasilan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di baitul mal lhokseumawe.

Penelitian Intan Suri Mahardika Pertiwi (2020) yang berjudul "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mmebayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan, literasi akat dan

kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS provinsi Lampung. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji variabel literasi zakat berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat. Perbedaan pada penelitian Intan dengan penelitian yang peneliti lakukan sekarang adalah penelitian Intan menggunakan variabel tingkat pendapatan dan juga lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian yang peeliti lakukan sekarang.

Peneliti Asyaraf Zaki dan Suriani (2021) yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Baitul Mal Aceh Selatan". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, pendapatan, religiusitas dan motivasi terhadap minat masyarakat membayar zakat di baitul mal Aceh Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan, pendapatan, religiusitas dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Sedangkan secara partisial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat, pendapatan berpengaruh positif terhadap minat, religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat.

Peneliti Nurul Ichsan dan Diyanah Nurmala Sari (2021) yang berjudul "Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas

Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Laz Yatim Mandiri". Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengaruh motivasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada LAZ Yatim Mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzzaki membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri, Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri, Motivasi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri.

Peneliti Mahbubatun Nafi'ah, Ahmad Supriyadi, Elok Fitriani Rafikasari (2023) yang berjudul "Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada BAZNAS Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi zakat terhadap minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS tulungagung melalui tingkat kesadaran dan religiusitas sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi literasi zakat, tingkat kesadaran dan religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS tulungagung berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar

zakat pada BAZNAS tulungagung. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan sekarang adalah penelitian ini menggunakan religiusitas sebagai variabel intervening sedangkan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti tidak menggunakan variabel intervening dan juga tempat penelitian yang berbeda.

Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu

d Y (20 An Per	Yunus 016)	dan	Penelitian menunjukkan bahwa		- variabel
d Y (20 An Per	Yunus 016)	dan			- variabel
s d Ko Ter Mi Pec Me kar Di Ma Ka	engaruh epercaya i eligiusita dan ontribusi erhadap	dengan menggunaka n metode sampel random sampling serta menggunaka n kuesioner	variabel kepercayaan, religiusitas dan kontribusi secara persial berpengaruh positif	-variabel dependennya Minat pedagang mengeluarkan zakat di Baitul Mal	yang digunakan yaitu Kontribusi dan Religiusitas -Objek dan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Lhokseum awe)	Kuantitatif	proses penentuan minat oleh pedagang di pasar los lhokseumawe dalam mengeluarka n zakat di Baitul Mal		
2.	Muhamma d Nur dan Zulfahmi	Kuantitatif menggunaka n sample non- probilitas	variabel pengetahuan, pendapatan, dan kenercayaan	-variabel independen yaitu minat membayar zakat di Baitul Mal	- variabel yang digunakan yaitu Pengetahuan, dan Pendapatan- objek dan lokasi penelitian -sample dan populasi

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di baitul mal lhokseumawe sedangkan penghasilan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di baitul mal lhokseumawe .		
3.		Kuantitatif, penelitian ini		Variabel dependennya	-variabel yang
	Pertiwi	menggunaka	^	ľ	digunakan
					adalah
	_	pengambilan			Pendapatan
	_	*	berpengaruh	Teknik	- lokasi
	Pendapata	_	positif	pengumpulan	penelitian
	n, Literasi		signifikan	data	penentian
	Zakat dan	purvosipe	terhadap		

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Terhadap Minat Masyaraka	dengan jumlah responden sebesar 100 orang.	zakat, literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS dan pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar	menggunakan kuesioner	dan objek penelitian
4.	Ichsan dan Diyanah Nurmala Sari	menggunaka n teknik purposive sampling	motivasi berpengaruh secara	dependen yaitu motivasi	adalah Kualitas
	Pengaruh Motivasi,	serta metode analisis menggunaka n analisis uji	terhadap minat		Pelayanan dan Religiusitas

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Asyaraf		kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri.	-variabel	-variabel
	Zaki dan Suriani (2021) Pengaruh Pengetahu an, Pendapata	menggunaka n metode survey dan kuesioner serta menggunaka n metode analisis regresi linier berganda.	bahwa secara simultan pengetahuan, pendapatan, religiusitas dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar	dependen yaitu motivasi -variabel independen yaitu minat membayar zakat di baitul mal - menggunakan	yang

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Penenuan	Penenuan		
	Baitul Mal		tidak		
	Aceh		berpengaruh		
	Selatan		terhadap		
			minat,		
			pendapatan		
			berpengaruh		
			positif		
			terhadap		
		(	minat,		
			religiusitas tidak		
			berpengaruh		
			terhadap		
			minat dan		
	\		motivasi	1	/
			berpengaruh		
		A A	positif		
	4		terhada <mark>p</mark> minat.		
			mmat.		
6.	Mahbubat	Ku <mark>antitati</mark> f	kontribusi	Variabel	-
	un	7 0. 11. 11.		dependennya	
	1		tingkat	2	n variabel
		22 24 24 25	kesadaran	Zakat.	intervening
	Supriyadi,		dan	Variabel	-penelitian
	Elok		religiusitas	independenny	•
		pengambilan	ternadap minat		menggunkan
	Rafikasari (2023)	menggunaka		Membayar	variabel
	(2023) "Pengaruh		membayar		intervening
	_		zakat pada		- lokasi
	Zakat	sampling	BAZNAS		- 10Kasi penelitian
	Terhadap		tulungagung		penemuan
	Minat		berpengaruh		-objek
	Muzakki		terhadap		penelitian

No	Peneliti	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Penelitian	Penelitian		
	Membayar Zakat Pada BAZNAS Tulungagu ng Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusita s Sebagai		minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS tulungagung		
	Variabel Intervenin g"		N		7

## 2.8 Kerangka Berfikir

Wahid (2017) menjelaskan bahwa kerangka berfikir adalah kerangka yang menjelaskan tentang hubungan antara pengujian antar variabel yang bertujuan untuk memperjelas maksud dari pelaksanaan penelitian yang dilakukan dan untuk memudahkan dalam pemahaman maka dijelaskan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pemahaman. Kerangka berfikir yang baik yaitu kerangka berfikir yang memuat hal-hal seperti yang diteliti harus dijelaskan. Kerangka berfikir harus bisa menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti harus ada teori yang mendasari agar dapat menjelaskan apakah hubungan antara variabel itu positif atau negative (Muis, 2009).

# 2.8.1 Pengaruh Literasi Zakat terhadap Minat Pelaku Usaha dalam Membayar Zakat Perdagangan pada Baitul Mal

Literasi zakat merupakan kemampuan seseorang untuk memahami, membaca, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya tingkat kesadaran dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh akan meningkat dan merupakan suatu keharusan yang harus dikerjakan oleh setiap pelaku usaha para pedagang Banda Aceh, literasi zakat inilah yang harus ditumbuhkan oleh pelaku usaha pasar ulee kareng dan pasar aceh terhadap lembaga Baitul Mal Banda Aceh agar membayar zakat menjadi mudah dan lancar juga bisa memberikan informasi kepada pelaku usaha yang lainnya untuk membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh. Seperti yang dikatakan oleh Mahbubatun et al. (2023) bahwa variabel independen (literasi zakat) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat pelaku usaha) dan variabel literasi ini memiliki nilai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Sedangkan Pertiwi (2020) mengatakan dari hasil penelitian nya didapatkan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Yuanita dan rachma (2022) yang menyatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat dikarenakan beberapa faktor salah satunya itu faktor sosial budaya, dimana masyarakat desa-desa di Sidoarjo masih cenderung menyukai dan melakukan metode penyaluran zakat secara langsung kepada golongan yang berhak mendapatkan zakat.

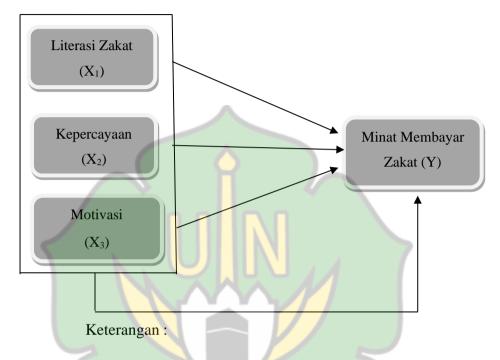
# 2.8.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pelaku Usaha Dalam Membayar Zakat Perdagangan Pada Baitul Mal

Kepercayaan bisa saja diartikan bahwa seseorang mempercayakan bahwa membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh adalah suatu keharusan yang harus dikerjakan oleh para pelaku usaha, kepercayaan inilah yang harus benar benar ditumbuhkan oleh para pelaku usaha terhadap Lembaga Baitul Mal Banda Aceh sehingga nanti ketika para pelaku usaha membayar zakat menjadi mudah, lancar dan juga para pelaku usaha memberikan cerminan terhadap para pelaku usaha yang lainnya untuk membayar zakat di Lembaga Baitul Mal Banda Aceh. Sebagimana yang dikatakan oleh Mukhlish (2018) bahwa variabel idependen (kepercayaan) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat muzakki) membayar zakat di Baitul Mal. variabel yang paling dominan antara variabel lainnya yaitu variabel idependen (kepercayaan). Penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2018) mengatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, Sedangkan Safitri & Suryaningsih (2021) mengatakan didalam penelitiannya bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS.

# 2.8.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Pelaku Usaha Dalam Membayar Zakat Perdagangan Pada Baitul Mal

Motivasi bisa diartikan sebagai kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang ditetapkan, sebagaimana dapat diartikan bahwa para pelaku usaha harus memiliki motivasi yang tinggi untuk melakukan pembayaran zakat di Baitul Mal Banda Aceh karena dengan adanya motivasi maka para pelaku usaha memiliki minat untuk membayar zakat kepada Lembaga Baitul Mal dan memberikan motivasi terhadap para pelaku usaha lainnya agar dapat membayar zakat juga di Lembaga Baitul Mal. seperti hal nya yang dikatakan oleh Asyraf (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Shabri (2017) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang memotivasi muzzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal Aceh yaitu budaya, peraturan, motivasi dan pemahaman muzzaki tentang zakat secara signifikan dan secara positif mempengaruhi keputusan muzzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal. Penelitian ini juga di dukung oleh Diyanah (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi membayar zakat seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang membayar zakat.

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran



- 1. Variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat, variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi zakat  $(X_1)$ , Kepercayaan  $(X_2)$  dan Motivasi  $(X_3)$ .
- 2. Variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi sebagai akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat di dalam penelitian ini adalah Minat Pelaku Usaha Membayar Zakat (Y).

Di penelitian ini peneliti mengambil empat variabel yaitu Literasi zakat, Kepercayaan dan Motivasi sebagai Variabel independen serta Minat Pelaku Usaha sebagai variabel dependen. Kerangka berfikir ini berfungsi untuk melihat apakah variabel literasi zakat (X<sub>1</sub>), Kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan Motivasi (X<sub>3</sub>) sebagai variabel idependen akan berpengaruh terhadap variabel minat pelaku usaha (Y) sebagai variabel dependen.

#### 2.9 Hipotesis

Jim Hoy Yam (2021) menjelaskan hipotesis merupakan bagian penting dari penelitian, yang perlu dirancang sejak awal penelitian karena hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian tersebut sehingga memerlukan pemahaman yang mendalam. Di dalam penelitian ini memiliki dua jenis hipotesis yang terlahir dari pembahasan teori di atas, dua hipotesis itu yaitu hipotesis nol (H<sub>0</sub>) dan hipotesis alternative (H<sub>a</sub>).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di jelaskan diatas sebelumnya, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H1: Tingkat Literasi Zakat berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha pedagang Banda Aceh mengeluarkan zakat di Baitul Mal Banda Aceh

H2: Tingkat Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha pedagang Banda Aceh mengeluarkan zakat di Baitul Mal Banda Aceh

H3: Tingkat Motivasi berpengaruh signifikan terhadap

minat pelaku usaha pedagang Banda Aceh mengeluarkan zakat di Baitul Mal Banda Aceh

H4: Tingkat Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha pedagang Banda Aceh mengeluarkan zakat di Baitul Mal Banda Aceh.



#### **BAB III**

#### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berkaitan dengan angkaangka dan dapat diukur untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang ada dan disertai dengan suatu analisa atau gambaran mengenai situasi atau kejadian yang ada Larasati (2017). Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh literasi zakat, kepercayan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana berfokus pada pengumpulan, analisis serta interpresti data kuantitatif guna mengidentifikasi pola, tren serta hubungan dalam data. Data- data ini bisa berupa survey, eksperimen atau pengamatan yang dinyatakan dalam bentuk angka. Setelah itu, metode analisis data seperti analisis Confirmatory Factor Analisys (CFA) dan Structural Equation Modeling (SEM) akan digunakan untuk menguji informasi dan fakta yang diperoleh dari kuesioner yang dikumpulkan oleh PLS sebagai model aplikasi SEM.

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang berdagang di area Banda Aceh dan

sekitarnya dan sudah melakukan pembayaran zakat melalui Baitul Mal Banda Aceh. Alasan pemeilihan lokasi tersebut dikarenakan kurangnya minat para pelaku usaha dalam membayar zakat melalui Baitul Mal. Baitul Mal sendiri merupakan lembaga yang sangat bagus dari segi pengumpulan dan penyaluran zakat kepada yang membutuhkannya.

### 3.3 Populasi dan Sampel

## 3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019:80) mengatakan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek maupun objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, populasi ini bukan hanya orang tetapi juga bisa objek atau bendabenda lainnya, populasi sendiri tidak hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek namun bisa semua karakteristik yang dimiliki oleh onjek maupun subjek. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini yaitu para pelaku usaha yang berdagang dan sudah mencapai hisab dan haul untuk membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Tabel 3.1 Jumlah pelaku usaha yang membayar zakat perdagangan di Baitul Mal Banda Aceh (2018-2022)

No	Tahun	Jumlah Pelaku Usaha
1.	2018	154
2.	2019	99
3.	2020	104
4.	2021	59
5.	2022	54
	Jumlah	470

## **3.3.2** Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi. Apabila sample terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu maka populasi yang diambilkan perlu benar benar representative (Sugiyono, 2019:81). Sample juga diartikan sebagai bagian dari populasi yang dimana diambil dari data secara langsung (Handayani, 2020). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Probability Sampling*. Lebih lanjut Sugiyono, (2019:82) mengatakan bahwa *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis Probability Sampling yang dipilih adalah *Simple Random Sampling* yang dapat dikatakan simple (sederhana karena cara pengambilan anggota sampel dari populasi yang

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2019:82). Adapun untuk menentukan besaran sampel pada penelitian ini dengan cara menggunakan *Roasoft simple size calculator* pada perhitungan jumlah populasi diisikan pada kolom *population size* dengan *confidence level* 95%. *Response distribution* sebesar 50% dan *margin error* sebesar 5%.



Jumlah besar sampel setelah di jumlahkan adalah 212. Di dalam penelitian ini penulis hanya mengambil sampel 100 responden dikarenakan beberapa hal seperti kurangnya dana dan jangka waktu yang sangat singkat. Penelitian ini akan dilakukan di Pasar Aceh dan Pasar Peunayong.

#### 3.4 Jenis Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang snagat menentukan keberhasilan dalam melakukan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan, yaitu sebagai berikut:

#### 3.4.1 Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh atau yang dikumpulkan langsung oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Sugiyono, (2019) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah dengan membagikan angket/kuesioner serta bertanya langsung kepada responden. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengisian kuesioner yang berisi pertanyaan yang di berikan kepada para pelaku usaha yang telah membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung data primer yang diperoleh melalui dokumen-dokumen, artikel, buku dan skripsi yang bersangkutan dengan penelitian yang akan dilakukan. Data ini penulis gunakan sebagai data pelengkap dari data primer. Sugiyono, (2019) berpendapat bahwa Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

RANIRY

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, (2019) pengumpulan data berkaitan dengan ketepatan cara cara yang digunakan untuk mengumpulkan data data. Maka dari itu instrumen yang telah teruji valid dan reliabilitasnya, belum tentu menghasilkan suatu data yang valid dan reliabel. Pengumpulan data mampu dilakukan dengan berbagai macam aturan, berbagai macam sumber, dan berbagai macam cara. Dalam melakukan pengumpulan data harus dilakukan secara cermat seperti :

#### 3.5.1 Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan pada suatu objek suatu permasalahan menggunakan seluruh indera 2020). (Handayani, Observasi sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri khusus jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Peneliti mencatat hasil dari observasi yang dilihat pada suat<mark>u penelitian dan</mark> juga peneliti melakukan pertimbangan terhadap penilaian skala bertingkat Sugiyono, (2019:145). Observasi yang dilakukan didalam penelitian ini langsung ke pelaku usaha di tiga pasar Kota Banda Aceh.

#### 3.5.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu isntrumen penelitian yang secara keseluruhan merangkum beberapa pertanyaan maupun informasi yang harus dijawab oleh responden, kuesioner ini memiliki kesamaan dengan wawancara tetapi ada yang membedakannya yaitu kuesioner ini dilakukan secara tertulis sedangkan wawancara secara lisan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner ini memiliki beberapa keuntungan seperti respinden bisa dengan bebas menjawab pertanyaan serta dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari banyaknya responden (Handayani, 2020). Berbeda hal nya dengan Handayani, Sugiyono, (2019:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan tekhnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti membagikan lembaran kuesioner kepada responden yang menjadi pelaku usaha di tiga pasar Kota Banda Aceh.

## 3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan penentuan atau penetapan skala atas suatu variael berdasarkan jenis data yang melekat pada variabel penelitian. Adapun jenis-jenis dari skala penelitian adalah sebagai berikut : skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio. Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini adalah menggunakan skala ordinal. Skala ordinal disebut dengan skala peringkat. Angka yang digunakan hanya menentukan posisi dalam suatu seri yang urut bukan nilai absolute namun angka tersebut tidak dapat ditambahkan, dikurangi, dikalikan maupun dibagi. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk membedakan data,sekaligus mengandung unsur

pemeringkatan (ranking),derajat(degree),atau tingkatan(level) melalui penelitian tertentu (Sugiyono, 2019:92).

Lebih lanjut Sugiyono, (2019:93) menjelaskan bahwa skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	S <mark>et</mark> uju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2019)

## 3.7 Operasional Variabel

Definisi operasionel variabel adalah suatu cara untuk merumuskan variabel yang diukur di lapangan secara singkat dan jelas. Adapun variabel terkait dalam penelitian ini yaitu Minat Pelaku Usaha Mmebayar Zakat (Y) dan variabel Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi (X).

## 1. Literasi Zakat

Literasi Zakat merupakan segenap kemampuan manusia untuk dapat mengidentifikasi, memahami, menciptakan, mengkomunikasikan, menafsirkan, memperhitungkan serta

menggunakan bahan-bahan cetak dan tulis yang bertautan dengan berbagai konteks yang mana bisa memungkinkan tiap individu mencapai tujuannya, mengembangkan pengetahuannya seta mengembangkan potensinya dan berpartisipasi secara penuh dalam masyarakat dan komunitas yang lebih luas kedepannya (Hafidz, 2021).

## 2. Kepercayaan

Menurut (Muhammad, 2023) kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana ketika kita bertumpu pada or<mark>ang lain ber</mark>arti kita memiliki keyakinan kepadanya. Adapun menurut (Wong, 2017) kepercayaan merupakan suatu harapan yang timbul dari kalangan masyarakat dimana semua anggota harus dapat bertindak dalam batas norma, kejujuran dan kerjasama. Kepercayaan yang didefiniskan oleh Mayer yaitu sebagai keinginan seseorang untuk peka atas tindakan orang lain didasarkan pada harapan orang lain yang akan melakukan tindakan tertentu pada mempercayainnya orang yang tanpa bergantung pada kemampuanny<mark>a untuk mengawasi dan meng</mark>endalikan. Kepercayaan lahir dari suatu proses perlahan kemudian terkumulasi menjadi suatu bentu kepercayaan.

#### 3. Motivasi

Menurut (Judge, 2018) motivasi adalah kesediaan individu untuk mengeluarkan upaya yang tinggi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi adalah pendorong seseorang atau diri sendiri agar mau untuk mengerahkan kemampuan yang dimiiki dalam bentuk

keterampilan, keahliah, tenaga atau waktu untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi juga bisa di katakana sebuah keuatan atau energy seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasme seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau kegiatan baik itu yang berasal dari dalam diri individu atau dari luar individu.

## 4. Minat Membayar Zakat

Menurut (Setiawan, 2018) Minat merupakan kesamaan hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan dan dorongan eksternal serta dorongan internal yang memberi perilaku buat menetapkan dan memenuhi kewajiban berzakat. Sedangkan menurut (Muhammad, 2023) Minat merupakan suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan diri sendiri. Menurut (Purwanto,2016) minat yaitu landasan yang penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat sesuatu yang baik seperti minat seseorang untuk membayar zakat jika sudah mencapai hisab.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Literasi Zakat	<ol> <li>Pengetahuan umum tentang zakat,</li> <li>Pengetahuan kewajiban membayar zakat,</li> <li>Pengetahuan terkait dengan golongan yang dapat menerima zakat,</li> <li>Pengetahuan perhitungan zakat,</li> <li>Pengetahuan tentang objek zakat (Fadhila, 2021)</li> </ol>	Likert 1-5
2.	Kepercayaan		Likert 1-5
3.	Motivasi	<ol> <li>Penghargaan (reward)</li> <li>Hubungan atau Interaksi Sosial</li> <li>Kebutuhan Hidup</li> <li>Keberhasilan Dalam Bekerja (Robbins, 2015)</li> </ol>	Likert 1-5
4.	Minat Membayar Zakat Perdagangan	<ul><li>4. Ketertarikan (<i>Interest</i>)</li><li>5. Keinginan (<i>Desire</i>)</li><li>6. Keyakinan (<i>Conviction</i>)</li><li>(Ramadani, 2020)</li></ul>	Likert 1-5

#### 3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metode Structural Equation Model (SEM). Stuctural Equation Modeling (SEM) merupakan seperangkat teknik statistik yang memungkinkan pemeriksaan simultan terhadap serangkaian hubungan yang relatif rumit untuk diuji. Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan smart PLS 4.0. Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang powerfull yang dimana di dalam metode ini tidak didasarkan banyaknya asumsi. Ghozali (2008:17) mengatakan bahwa pendekatan Partial Least Square (PLS) merupakan distribution free (tidak mengansumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, interval, ordia serta rasio). Partial Least Square (PLS) ini menggunakan metode bootstrapping. Bootstrapping merupakan metode penggandaan secara acak yang dimana asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah serta tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan di dalam penelitian bahkan penelitian yang memiliki sampel kecil dapat menggunakan Partial Least Square (PLS) (Husein, 2005).

Tujuan dari menggunakan *Partial Least Square* (PLS) adalah untuk melakukan dugaan sementara atau prediksi yang dimana dalam melakukan prediksi tersebut untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dalam penelitiannya guna mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan melakukan pemprediksian.

Estimasi parameter yang di dapat dengan *Partial Least Square* (PLS) menurut Ghozali (2008:17) dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Weight estimate, dugunakan untuk menciptakan skor variabel laten.
- 2. Means dan lokasi parameter untuk indikator dan variabel laten.
- 3. Mencerminkan estimasi jalur (path estimate) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya.

Konsep utama pada *Partial Least Square* (PLS) merupakan analisis statistik multivariate yang tidak membutuhkan data distribusi normal dan tidak membatasi jumlah minimum data. Penelitian dengan jumlah sampel kecil (<100) dapat dianalisis dengan *Partial Least Square* (PLS) (Syahrir, 2020).

## 3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel latennya. Di dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan uji validitas kontruk dan uji reabilitas.

#### 1. Uji Validitas Konstruk

### a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2011:70). Uji validitas indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk. *Rule of thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0,6-0,7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory* serta nilai *avarage variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0,5 (Ghozali dan Latan, 2015:74).

#### b. Validitas Deskriminan

Validitas Deskriminan adalah menilai validitas prediktor dengan membandingkan keterkaitannya dengan variabel lain. Indikator yang digunakan adalah *cross loading*. Prediktor dinyatakan valid bila nilai *cross loading* > 0,7 atau *cross loading* dari predikor yang dinilai lebih besar pada variabel latennya sendiri dibandingkan dengan nilai loading-nya terhadap variabel lain. Selain menggunakan *cross loading* dapat pula menggunakan kriteria *Fornell Lacker* untuk menyakinkan validitas deskriminan. Indikator yang digunakan adalah nilai akar dari AVE. Standarnya adalah nilai pada setiap variabel laten harus lebih tinggi dari nilai terhadap variabel lain. Masing-masing variabel laten berbagi varian lebih

dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variabel lainnya.

#### c. Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Mengukur reabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability. Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas konstruk adalah *Composite Reability* harus lebih besar dari 0,70, namun penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* (Ghozali dan Latan, 2015:75).

## 3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural (*Inner Model*) adalah mengevaluasi adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model guna mengukur kemampuan prediksi model, dapat dilihat dari nilai koefisien determinan (R²) dan Q² untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan hipotesis dari model strukturalnya. Perubahan nilai R² dugunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai R² 0,67;0,33 dan 0.19 untuk menunjukkan dalam variabel laten endogen model kuat, moderat dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015). Selanjutnya untuk mengetahui nilai signifikan menggunakan pendekatan

boostrap dengan nilai signifikansi yang digunakan yaitu t-value 1,65 (signifikan level 10%); 1,96 (signifikan level 5%) dan 2,58 (signifikan level 1%), (Ghozali dan Latan, 2015).

#### 3.8.3 Pengujian Hipotesis (Resampling Bootstrapping)

Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping) atau prosedur bootstrapping menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis. Nilai t-statistik tersebut akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Nilai t-tabel dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepercayaan 90%, 95% atau 99%. Apabila menggunakan tingkat kepercayaan 95% maka presisi atau batas ketidak akuratan (a) = 5% atau 0,05. Kriteria penarikan kesimpulan yang dilakukan oleh (Ghozali dan Latan, 2015).

- a. Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel (t-statistik < t-tabel) maka H0 diterima dan H1 ditolak.
- b. Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel (t-statistik ≥ t-tabel) maka H0 ditolak dan H1 diterima.

#### **BAB IV**

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah sebuah lembaga resmi pemerintah Kota Banda Aceh yang melakukan pengumpulan, pengelolaan dan penyaluran zakat, infaq shadaqah di dalam wilayah Kota Banda Aceh. Pedagang yang berdagang di area Banda Aceh seperti pasar Aceh dan pasar peunayong akan melakukan pembayaran zakat perdagangan di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

#### 4.1.1 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh

Visi Baitul Mal Kota Banda Aceh yaitu Menjadikan lembaga amil yang amanah, transparan dan kredibel.

Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh

- Memberikan pelayanan berkualitas kepada muzakki, mustahik dan masyarakat yang berhubungan dengan Baitul Mal
- Memberikan konsultasi dan advokasi bidang zakat, harta wakaf, harta agama, dan perwalian/pewarisan

# 4.2 Deskriptif Karakteristik Responden

Di dalam penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden yang merupakan pedagang Pasar Aceh dan Pasar Peunayong. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam bentuk angket dimana selanjutnya dibagikan kepada para pedagang secara langsung. Adapun kuesioner

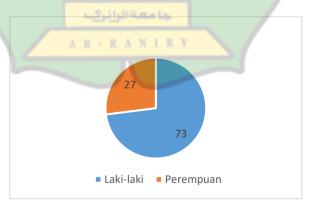
yang dibuat terdiri dari 2 bagian yaitu identitas responden dan pernyataan mengenai masing-masing variabel yang diteliti. Variabel didalam penelitian ini yaitu Literasi Zakat (X1) Kepercayaan (X2) Motivasi (X3) terhadap Minat Membayar Zakat (Y). Hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden selanjutnya diolah untuk dilakukan analisis.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan penghasilan. Berikut merupakan tabel mengenai responden :

## 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah dioleh, maka hasil responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.1

Gamb<mark>ar 4.1</mark> Karakteristik <mark>Responden Berd</mark>asarkan jenis kelamin



Sumber: Data Diolah, (2023)

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkn bahwa dari 100 responden penelitian terdapat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki serta perempuan. 73 responden laki-laki dan 27 responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh para laki-laki.

# 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang telah di olah maka hasil responden berdasarkan usia di dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.2.



Sumber: Data Di Olah (2023)

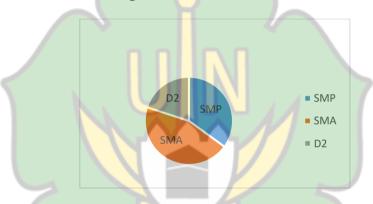
Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden penelitian terdapat karakteristik responden berdasarkan usia yaitu usia 23-30 tahun sebanyak 20, usia 31-40 sebanyak 31, usia 41-50 sebanyak 25 serta usia 51-60 sebanyak 24. Dapat disimpulkan bahwa

yang mendominasi responden pada penelitian ini adalah umur 31-40 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang telah diolah, maka hasil responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar 4.3.

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data Diolah, (2023)

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden penelitian terdapat karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu SMP, SMA dan D2. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden di dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang mempunyai pendidikan terakhir SMP.

# 4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil responden berdasarkan penghasilan ini dapat dilihat pada Gambar 4.4.

Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan



Sumber: Data Diolah, (2023)

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden penelitian terdapat responden yang memiliki penghasilan yang berbeda-beda. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini memiliki penghasilan berkisar Rp. 5.000.000 hingga Rp. 200.000.000.

# 4.3 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi terhadap Minat Membayar Zakat. Berdasarkan hasil tanggapan dari 100 responden tentang variabel penelitian yang dikelompokkan dalam satu kategori yang akan digunakan untuk mengukur skala likert atas jawaban yang diberikan. Dari 17 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor oling sering muncul (modus) untuk masing-masing pertanyaan.

## 4.3.1 Deskriptif Variabel Literasi Zakat

Berikut ini adalah hasil dari jawaban yang diperoleh melalui kuesioner.

Tabel 4.1 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Literasi Zakat

		Modus				
	STS	TS	RR	S	SS	
LZ1	0	13	26	30	41	5
LZ2	0	- 3-	13	31	53	5
LZ3	0	2	16	37	45	5
LZ4	1	4	7	45	48	5
LZ5	4	6	11	42	37	4
Modus						5

Sumber: Data Diolah, (2023)

Hasil dari Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus pada variabel Literasi Zakat adalah senilai 5 maknanya responden merasakan "Sangat Setuju" pada pernyataan variabel Literasi Zakat yaitu zakat merupakan kewajiban seorang muslim, pelaku usaha membayar zakat karena mengetahui tentang perhitungan zakat atas harta yang pelaku usaha miliki, pelaku usaha membayar zakat agar bisa disalurkan kepada orang yang membutuhkan, pelaku usaha mengeluarkan 2,5% dari harta para pelaku usaha untuk berzakat dan pendapatan yang diterima dari profesi seseorang, baik dari gaji sebagai karyawan swasta dan pns maupun dari hasil usaha wajib

dikeluarkan zakatnya. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Literasi Zakat sudah sangat baik.

## 4.3.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan

Berikut hasil jawaban yang diperoleh melalui kuesioner.

Tabel 4.2 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Kepercayaan

		Modus				
	STS	TS	RR	S	SS	
K1	0	8	29	41	22	4
K2	0	3	17	43	37	4
К3	0	6	16	42	36	4
K4	7	13	21	48	11	4
Modus						4

Sumber: Data Diolah, (2023)

Hasil dari Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus pada variabel Kepercayaan adalah senilai 4 maknanya responden merasakan "Setuju" pada pernyataan variabel Kepercayaan yaitu Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah suatu lembaga zakat yang amanah dan dapat dipercaya, Baitul Mal Kota Banda Aceh memberikan dana zakatnya secara adil kepada mustahiq yang membutuhkan, Baitul Mal Kota Banda Aceh melalui pengelolaannya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin dan Baitul Mal Kota Banda Aceh mampu melayani para muzakki dengan sikap ramah dan sopan di dalam proses pembayaran zakat.

Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Kepercayaan sudah baik.

## 4.3.3 Deskriptif Variabel Motivasi

Berikut ini adalah jawaban dari hasil kuesioner Variabel Motivasi.

Tabel 4.3 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Motivasi

		Modus				
	STS	TS	RR	S	SS	
M1	5	9	9	34	43	5
M2	11	12	18	39	20	4
M3	11	14	18	24	33	5
M4	6	8	10	36	40	5
Modus						5

Sumber: Data Diolah, (2023)

Hasil dari Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus pada variabel Motivasi adalah senilai 5 maknanya responden merasakan "Sangat Setuju" pada pernyataan variabel Motivasi yaitu pelaku usaha membayar zakat untuk memperoleh pahala, membayar zakat dapat mempererat tali persaudaraan sesama muslim, membayar zakat dapat membersihkan harta dan jiwa para pelaku usaha dan membayar zakat dapat memberikan kesuksesan dalam berusaha. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Motivasi sudah sangat baik.

#### 4.3.4 Deskriptif Variabel Minat Membayar Zakat

Berikut ini hasil dari jawaban yang diperoleh dari kuesioner.

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Minat Membayar Zakat

		Jawaban					
	STS	TS	RR	S	SS		
MMZ1	10	25	27	28	10	4	
MMZ2	10	17	14	37	22	4	
MMZ3	4	20	20	39	17	4	
MMZ4	28	49	22	1	0	2	
Modus						4	

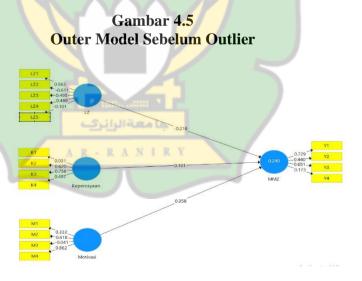
Sumber: Data Diolah, (2023)

Hasil dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus pada variabel MMZ2 dan MMZ3 yang mempunyai nilai modus 4 artinya adalah "Setuju" yang dibuktikan oleh pernyataan bahwa pelaku usaha setelah membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh memiliki perasaan senang karena sudah menunaikan kewajibannya dan pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal Kota Bnada Aceh karena memiliki kesadaran yang sangat tinggi akan menunaikan kewajibannya sebagai seorang pelaku usaha muslim yang dagangannya sudah mencapai hisab dan haul dan pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh agar diperlihatkan oleh lingkungan sekitarnya dan pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh karena melihat teman atau lingkungan sekitar membayar zakat.

#### 4.4 Hasil Penelitian

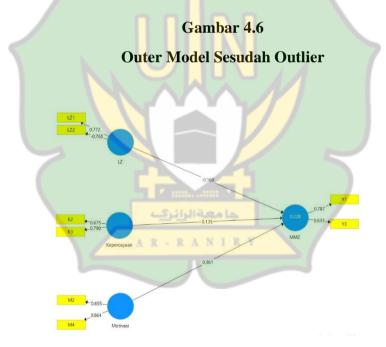
## 4.4.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Hair et al, (2014:102) mengatakan bahwa pada analisis outer model, model dievaluasi untuk verifikasi indikator yang nantinya dapat diuji sehingga indikator dan variabel laten yang digunakan dalam model prediksi memberikan hasil yang valid dan reliable. Indikator reabiliti merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar variansi yang dapat dijelaskan oleh variabel laten. Jika nilai faktor loading ( $\lambda$ ) antara 0,4 – 0,6 maka dikatakan cukup, sedangkan jika nilai faktor loading ( $\lambda$ )  $\geq$  0,7 maka dikatakan bahwa validitas tersebut tinggi. Hasil loading faktor ( $\lambda$ ) yang diperoleh dari model awal adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Diolah (2023)

Dapat dilihat pada Gambar 4.1 diatas hasil output dari aplikasi Smart-PLS yang dimana pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa dari total 17 indikator dalam penelitian ini terdapat 9 indikator yang dinyatakan tidak valid atau tidak layak digunakan karena nilainnya tidak memenuhi syarat nilai loading factor ( $\lambda$ ) yaitu LZ3, LZ4, LZ5, K1, K4, M1, M4, Y2, Y4 sehingga sembilan indikator tersebut harus dihilangkan dari model dan akan dilakukan perhitungan ulang. Outlier dilakukan guna memenuhi asumsi validitas dan reabilitas pada outer model. Outlier dilakukan dengan menghilangkan indikator-indikator yang tidak memiliki hubungan yang kuat dengan variabel lainnya.



Sumber: Data Diolah (2023)

Setelah dihilangkan indikator yang dinyatakan tidak valid dan dinyatakan tidak layak digunakan maka terdapat 8 indikator yang diterima dan dinyatakan valid karena nilainya memenuhi syarat nilai loading factor (λ) yaitu LZ1, LZ2, K2, K3, M2, M4, Y1, Y3.

### a) Convergent Validity

Convergent Validity adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara indikator dengan perubah latennya. Validitas konvergen pada penelitian ini akan ditentukan dari loading factor ( $\lambda$ ) dan *Average Varians Extraced* (AVE). Prediktor atau item dinyatakan valid bila nilai loading factor ( $\lambda$ ) antara 0,4 – 0,6 maka dinyatakan cukup, sedangkan jika nilai loading factor ( $\lambda$ )  $\geq$  0,7 maka bisa nyatakan bahwa validitas tersebut tinggi. Prediktor juga akan dinyatakan valid bila nilai Average Vatiance Extracted (AVE) > 0,5.

## • Nilai Loading Factor (λ)

Tabel 4.5 Nilai Loading Factor (λ)

	Literasi Zakat (X1)	Kepercayaan (X2)	Motivasi (X3)	Minat Membayar Zakat (Y)
LZ1	0,772	AR-RANIR	Y	
LZ2	0,765			
<b>K2</b>		0,675		
<b>K3</b>		0,790		
M2			0,685	
M4			0,864	
<b>Y1</b>				0,787
Y3				0,673

Sumber: Data Diolah (2023)

Hasil loading factor ( $\lambda$ ) pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor ( $\lambda$ ) antara 0,4

- 0,6 (cukup) dan ≥ 0,7 (tinggi). Dapat diinterprestasikan bahwa lebih dari 60% dari varian LZ1 dan LZ2. Pada variabel laten kepercayaan dapat menjelaskan varian K2 dan K4 masing masing memiliki 63%. Selanjutnya pada variabel motivasi yaitu pada M2 dan M3 masing masing lebih dari 65%. terakhir pada variabel minat membayar zakat mampu dijelaskan oleh Y1 dan Y2 masing masing lebih dari 67%.

### • Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Nilai convergent validity merupakan nilai yang menunjukkan korelasi antar indikator yang digunakan untuk menyusun konstruk sehingga semakin tinggi nilai AVE maka semakin tinggi pula nilai korelasinya. Hal ini menggambarkan bahwa indikator yang digunakan untuk menyusun konstruk sudah sangat baik.

Tabel 4<mark>.6</mark> Nilai Average Varians Extraced (AVE)

Variabel	Average Varians Extraced (AVE)
Literasi Zakat (X1)	0,591
Kepercayaan (X2)	0,540
Motivasi (X3)	0,588
Minat Membayar Zakat (Y)	0,510

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari keempat variabel memiliki nilai AVE diatas kriteria yaitu > 0,50 sehingga ukuran validitas konvergen sudah baik.

#### b) Dsicriminant Validity

Dsicriminat Validity dilakukan dengan melihat nilai cross loading pengukuran konstruk. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara settiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki discriminant validity yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dari pada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Setelah dilakukan pengolahan hasil cross loading dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7

Cross Loading

	Literasi	Kepercayaan	Motivasi	Minat
	Zakat	(X2)	(X3)	Membayar
	(X1)			Zakat (Y)
LZ1	0,772	0,000	0,000	0,000
LZ2	0,765	0,000	0,000	0,000
<b>K2</b>	0,000	0,675	0,000	0,000
<b>K3</b>	0,000	0,790	0,000	0,000
<b>M2</b>	0,000	0,000	0,685	0,000
M4	0,000	0,000	0,864	0,000
<b>Y1</b>	0,000	0,000	0,000	0,787
<b>Y3</b>	0,000	0,000	0,000	0,673

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari Tabel 4.7 diatas nilai cross loading menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki discriminant validity yang baik.

Kemudian analisis selanjutnya dilakukan dengan melihat dan membandingkan antara discriminant validity dan square root of *Avarage Variance Extracted* (AVE). Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik dan untuk nilai AVE yang doharapkan adalah > 0,5. Pada penelitian ini hasil dari korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Nilai Korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE

	Kepercayaan	Literasi Zakat	Minat Membayar	Motivasi
			Zakat	
Kepercayaan	0,735			
Literasi Zakat	0,359	0,769		
Minat Membayar Zakat	0,258	0,258	0,714	
Motivasi	0,370	0,350	0,436	0,766

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk lebih besar dari nilai korelasinya sehingga konstruk di dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan (*discriminant validity*) yang baik.

#### c) Reability

Uji reabilitas (*reability*) digunakan untuk membuktikan ke konsistenan, keakuratan, dan ketepatan suatu indikator dalam mengukur konstruk. Mengukur reabilitas suatu konstruk dilakukan dengan cara berdasarkan *Composite Reability*. Ketentuan untuk menilai reabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reability* berada di atas atau lebih besar dari 0,70.

Tabel 4.9 Pengujian Reability

Variab <mark>e</mark> l	Composite Reliability
Litersi Zakat (X1)	0,720
Kepercayaan (X2)	0,700
Motivasi (X3)	0,737
Minat Membayar Zakat (Y)	0,742

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh konstruk memiliki nilai composite reliability > 0.70 maka dari itu tidak ditemukan permasalahan reliabilitas yang artinya keempat variabel telah reliabel atau dapat dipercaya.

## **4.4.2** Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural atau bisa disebut inner model merupakan model yang menggambarkan pengaruh antar variabel laten. Pengaruh antar variabel laten ini dievaluasi menggunakan koefisien jalur R<sup>2</sup>.

# a) R-square (R<sup>2</sup>)

Pengujian nilai  $R^2$  dilakukan untuk melihat seberapa kemampuan keragaman variabel laten endogen (dependen) mampu dijelaskan oleh variabel laten eksogen (independen). Berikut ini adalah nilai  $R^2$  berdasarkan output dari Smart-PLS.

Tabel 4.10 Nilai R-square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Membayar Zakat	0,738	0,704

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari Tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai R-Square untuk minat membayar zakat adalah sebesar 0,738 yang menunjukkan bahwa variabel eksogen (literasi zakat, kepercayaan dan motivasi)berpengaruh terhadap variabel endogen (minat membayar zakat) sebesar 73,8%. Selanjutnya uji determinasi menunjukkan bahwa nilai R-Square Adjusted adalah sebesar 0,704. Angka tersebut menjelaskan bahwa variabilitas variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel eksogen sebesar 70,4% sedangkan sisa nya 27,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model .

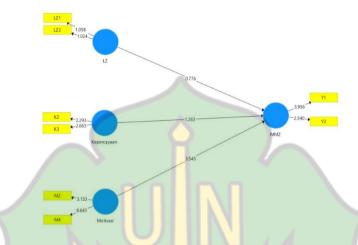
## 4.4.3 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)

## a) Uji T-test

Nilai estimasi koefisien jalur dalam model struktural harus signifikan maka untuk mengetahui apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak maka dapat dilakukan dengn memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik dan p-values. Dengan menggunakan cra tersebut maka estimasi pengukuran dan standar error tidak lagi dihitung dengan asumsi statistik tetapi didasarkan pada observasi empiris. Dalam metode resampling bootstrapping pada penelitian ini, hipotesis diterima jika nilai mutlak statistik t lebih besar atau sama dengan t table (2,024) yang berarti bahwa antar variabel endogen berpengaruh dan atau dengan nilai signifikasi p-value 5% atau < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak begitu pula sebaliknya. Nilai pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut ini:

جا معة الرائرك

Gambar 4.7
Gambar Boostrapping



Sumber: Data Diolah (2023)

Hasil output yang didapatkan pada semua indikator berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laten. Pengaruh hubungan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen terhadap variabel laten endogen dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis

	Sampe l Asli (O)	Rata- Rata Samplin g (M)	Standar Deviasi (STDEV	T Statistik ( O/STDEV	P- value s
Literasi Zakat Minat Membayar	0,169	0,007	0,218	0,776	0,438

Zakat					
Kepercayaa n Minat Membayar Zakat	<del>-0≱</del> 35	0,172	0,107	1,263	0,207
Motivasi Minat Membayar Zakat	• 0,361	0,350	0,102	3,545	0,000

Sumber: Data Diolah (2023)

Dalam Tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa literasi zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan angka 0,776 < 2,024 dan nilai p-bvalue sebesar 0,438 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,438 > 0,05). Hal ini membuktikan bahwa literasi zakat (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan literasi zakat (X1) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

Dalam Tabel diatas dapat dilihat bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan 1,263 < 2,024 dan nilai p-value sebesar 0,207 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,207 > 0,05). Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y)

maka hipotesis yang menyatakan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

Dalam analisis, motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan t-statistic lebih besar dari t-tabel dengan menunjukkan angka 3,545 > 2,204 dan nilai p-value sebsar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa motivasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y), maka hipotesis yang menyatakan motivasi (X3) berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

#### 4.5 Pembahasan

Pembahasan di dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi zkat, kepercayaan dan motivasi yang dilakukan para pedagang terhadap minat membayar zakat pada baitul mal kota banda aceh. Responden di dalam penelitian berjumlah 100 pedagang yang berjualan di pasar aceh dan pasar peunayong dan terdapat 17 pernyataan dalam bentuk kuesioner (angket) yang telah disebarkan kurang lebih 1 bulan. Karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir serta penghasilan perbulan. Dari karakteristik didapat hasil cenderung lebih banyak berjenis kelamin laki-laki, usia 31-40, pendidikan terakhir SMA dan penghasilan perbulan Rp, 21.000.000,00-Rp, 40.000.000,00.

Berdasarkam hasil statistik yang telh ditentukan hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa satu (1) variabel laten eksogen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laten endogen dan dua (2) variabel laten eksogen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laten endogen. Berikut ini penjelasan dari hasil hipotesisnya:

# 4.5.1 Pengaruh Literasi Zakat Perdagangan terhadap Minat Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa konstruk eksogen literasi zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan angka 0,776 < 2,024 dan nilai p-value sebesar 0,438 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,438 > 0,05). Hal ini membuktikan bahwa literasi zakat (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan literasi zakat (X1) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu, pada penelitian ini Ho diterima sedangkan Ha ditolak dengan maksud literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil output diatas dapat diartikan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat para pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dikarenakan faktor sosial

budaya, yang dimana ada beberapa orang yang tetap membayar zakat secara langsung kepada mustahiq dan ada juga yang membayar ke lembaga zakat lainnya serta ada yang membayar melalui aplikasi zakat seperti mbanking mobile yang sudah di upgrade agar bisa membayar zakat dengan lebih mudah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuanita dan rachma (2022) yang menyatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat dikarenakan beberapa faktor salah satunya itu faktor sosial budaya, dimana masyarakat desa-desa di Sidoarjo masih cenderung menyukai dan melakukan metode penyaluran zakat secara langsung kepada golongan yang berhak mendapatkan zakat. Pertiwi, (2020) mengatakan dari hasil penelitian nya didapatkan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Jika literasi yang baik maka akan semakin terbuka pula wawasan para muzzaki atau pelaku usaha mengenai lembaga amil zakat seperti Baitul Mal.

# 4.5.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan 1,263 < 2,024 dan nilai p-value sebesar 0,207 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,207 > 0,05). Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan (X2) tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu pada penelitian ini Ho diterima dan Ha ditolak dengan maksud kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal.

Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat para pelaku usaha dalam membayar zakat di Baitul Mal dikarenakan kepercayaan yang dilihat oleh pelaku usaha terhadap Baitul Mal Kota Banda Aceh kurang baik dan tidak efektif maka dari itu para pelaku usaha tidak berminat untuk membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Apabila kepercayaan yang diberikan oleh pihak Baitul Mal Kota Banda Aceh kepada para pelaku usaha sangat baik dan efektif maka tidak menutup kemungkinan para pelaku usaha akan berminat membayar zakat kepada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Pelaku usaha menginginkan kepercayaan yang efisien serta kinerja para anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh yang jelas dan transparan dalam menjalankan semua dana yang terkumpul dalam lembaga Baitul Mal sendiri. Jika pelaku usaha merasa puas terhadap kinerja anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh maka akan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga tersebut tetap sebaliknya jika pelaku usaha tidak puas terhadap kinerja anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh maka

kepercayaan pelaku usaha terhadap minat membayar zakat pada Baitul Mal tidak akan meningkat.

Sejalan dengan penelitian Safitri dan Suryaningsih, (2021) mengatakan didalam penelitiannya bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS.

# 4.5.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan pada Baitul Mal Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa konstruk eksogen motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih besar dari t-tabel dengan menunjukkan angka 3,545 > 2,204 dan nilai p-value sebsar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa motivasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y), maka hipotesis yang menyatakan motivasi (X3) berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu pada penelitian ini Ho ditolak dan Ha diterima dengan maksud motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Di dalam penelitian ini atribut yang sangat mempengaruhi adalah M4 dengan nilai estimate sebesar 0,863 yang menjelaskan bahwa dalam membayar zakat sangat dipengaruhi oleh motivasi.

Berdasarkan hasil output diatas dapat diartikan bahwa motivasi yang di dapatkan oleh pelaku usaha dari dalam diri sendiri sangat perpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Pelaku usaha yang menyaksikan kerabat nya membayar zakat di Baitul Mal maka akan mendapatkan motivasi untuk mengikuti jejak kerabatnya untuk membayar zakat juga pada lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shabri (2017) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang memotivasi muzzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal Aceh yaitu budaya, peraturan, motivasi dan pemahaman muzzaki tentang zakat secara signifikan dan secara positif mempengaruhi keputusan muzzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal. Penelitian ini juga di dukung oleh Diyanah (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi membayar zakat seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang membayar zakat. seperti hal nya yang dikatakan oleh Asyraf, (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

#### **BAB V**

#### **KESIMPULAN**

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya dapat disimpulkan sesuai dengan perhitungan menggunakan SmartPLS sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan oleh faktor sosial budaya yang dimana para pelaku usaha lebih cenderung membayar zakat secara langsung kepada mustahiq atau membayar langsung melalui lembaga zakat lainnya serta melalui aplikasi zakat lainnya.
- 2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan kepercayaan yang dilihat oleh pelaku usaha terhadap Baitul Mal Kota Banda Aceh kurang baik dan tidak efektif maka dari itu para pelaku usaha tidak berminat untuk membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- 3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini karena pelaku usaha yang menyaksikan kerabat nya membayar zakat di Baitul

Mal maka akan mendapatkan motivasi untuk mengikuti jejak kerabatnya untuk membayar zakat juga pada lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh.

4. Dari beberapa hasil tersebut menunjukkan bahwa minat membayar zakat yang dilakukan oleh pelaku usaha pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dipengaruhi oleh motivasi dan juga tidak di pengaruhi oleh literasi zakat serta kepercayaan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti mempertimbangkan untuk memberikan beberapa saran kepada berbagai pihak sebagai masukan dan bahan pertimbangan:

- 1. Bagi para pelaku usaha di pasar Aceh dan pasar Peunayong dianjurkan agar lebih mengetahui dan memahami tentang kewajiban membayar zakat, mempertahankan kepercayaan dalam membayar zakat dan mengikuti ajuran ari pemerintah untuk mengeluarkan zakat melalui lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh agar pengembangan dana zakat lebih merata dan juga bisa membantu program-program yang telah direncanakan oleh pemerintah.
- 2. Bagi lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh diharapkan mampu memberikan edukasi mengenai pendayagunaan zakat kepada para pelaku usaha pada pasar Aceh dan pasar Peunayong agar dapat meningkatkan kesadaran dari para pelaku usaha untuk

- membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- 3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat lebih mengembangkan penelitian selanjutnya dengan lebih detail dan kritis atau objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya kajian ekonomi islam.



#### DAFTAR PUSTAKA

- Adib Muhamad Dkk, Zakat Community Development Model

  Pengembengan Zakat (Jakarta:Direktorat Pemberdayaan

  Zakat,2013) hal.4
- Ali Mahmud Uqaily (2019). Praktis dan Mudah Menghitung Zakat. Solo: AQWAM. Hal. 76.
- Ai Imas Mursyidah Z., Ahmad Hasan R. (2023) "Zakat Produktif pada Qs At-Taubah Ayat 103 (Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Tasikmalaya). Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol 13, No 1.
- Al Gazali, D. A., & Anwar, A. Z. (2023). Pengaruh literasi zakat terhadap kepercayaan muzakki pada NU Care-Lazisnu cabang Jepara, 8(1), 61-72.
- Al-Zuhayly, W. (2008). *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Andriani, I. &. (2019). Pengaruh Harga Diri dan Kepercayaan Terhadap Pengungkapan Diri Pada Pengguna Aplikasi Kencan Online. Motiva, 2(2), 66-73.
- Bawden, D. (2008). Origins and Concepts of Digital Literacy, in: digital Literacies: Concepts, Policies and Practies.

- BAZNAS. (2019). *Indeks Literasi Zakat: Teori dan Konsep.*, 66.

  Retrieved from PUSKAS BAZNAS.

  https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1020-indeks-literasi- zakat-teori-dan-konsep
- Candra, M. D., Wicaksono, C., & Rizqi, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan, 01(1), 1-13.
- Choirin, Muhammad, Abdul Aziz Yahya Saoqi, Hidayaneu Farchatunnisa, Ulfah Lathifah, and Fahmi Ali Hudaefi (2019). *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep.* Puskas BAZNAS. Jakarta Pusat..
- Delyana, R. Pulungan. (2017). Litersi Keuangan Dan Dampaknya

  Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan.,

  17(1), 56-61.
- El-Batanie, M. S. (2009). *Zakat, Infak dan Sedekah*. Jakarta Selatan: PT Salamandani Pustaka Sementara
- Fadhila, I. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infak Dan Sedekah Di LAZISWAF UNIDA Gontor, 4(2).
- Fadia, N., & Rahman, M. A. (2023). Manajemen Serta Fungsi Pada Badan Amil Zakat Dan Lembaga Amil Zakat, 10(1), 2-12.

- Farhati, W. L. (2019). Pengaruh pengetahuan muzakki, akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat membayar zakat pada organisasi pengelola zakat.
- Fitri, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif sebagai Instrumen Peningkatan Kesejahteraan Umat., 8(1), 149-173.
- Hafidhuddin, D. (2002). Zakat Dalam Perekonomian Modern, Jakarta: Gema Insani.
- Hafidz, AM.M. (2021). *Bisnis Syariah Dan Filantropi Islam*, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, 132.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Trussmedia Grafika
- Hasan, M. (2008). Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia. Jakarta :Kencana
- Indriyana. (2016). Mendorong Terciptanya Pembelajaran Mandiri.

  Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra
  Indonesia, 1-14
- Jim Hoy Yam., Ruhiyat, T. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-7
- Judge, Robbins, Stephen, P. dan Timothy. (2018). *Perilaku Organisasi*, Edisi Kedua belas, Salemba Empat, Jakarta.

- Junjunan, M. A. (2020). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas Dan IGCG Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Dompet Amanah Umat, 06(02).
- Kasmir. (2011). *Etika Customer Service*. Jakarta:Raja Grafindo Jakarta.
- Khairani, dan Makmun. (2014). *Psikologi Belajar*, Jawa Timur:Perpusda Kabupaten Probolinggo.
- Khaliq, A. (2017). Konsep Motivasi Dalam Pendidikan Islam.

  Tarbiyah Islamiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama
  Islam, 3(2).
- Kholid, I. (2017). Motivasi Dalam Pembelajaran Bahasa Asing. English Education: Jurnal Tadris Bahasa Inggris, 1(1).
- Khotimah & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Kosumen dan Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop, I(1), 19-26.
- Kristiyono, J. (2019). *Statistika Ilmu Komunikasi*. Kabupaten Sleman: Expert.
- Kurnia, N. (2021). Analisis Literasi Keuangan Dan Literasi Zakat Pada Perilaku Keuangan Masyarakat Muhammadiyah Kota Medan.
- Larasati., E. S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Religius dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat

- Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Labuhan Batu Selatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Sisumut).
- Maya Andriani dan Kristiana Widiawati (2017). Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mnadiri. Jurnal Administrasi Kantor. 5 (1). Hal 83-98.
- M. Chabib Thoha, d. (1998). *Proses Belajar Mengajar-PAI di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 109-110.
- Mahbubatun Nafi'ah, A. S. (2023, juli). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Baznas Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening, 3(No. 1).
- Muhammad, A. R. (2023). Pengetahuan, Religiusitas, Budaya dan Kepercayaan dan Minat Muzakki Membayar Zakat, 7(2), 1688-1706.
- Muhammad Bin Ismail Abu Abdillah al-Bukhari dan Sahih al-Bukhari Dalam Makhtabah Al-Shamilah, Jus II, hal. 505.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta*: Bumi Aksara
- Mursilah, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif pada Bidang Usaha Mikro Sebagai Upaya Pengetasan Kemiskinan

- Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Pada Badan Amil Zakat Nasional di Kab. Ogan Komering Ulu Timur.
- Mustolehuddin, "Tradisi baca tulis dalam Islam: Kajian terhadap teks al-Qur"an surah al-"Alaq ayat 1-5", Analisa, 01 (Januari-Juni, 2011), 145
- Nugroho, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan,
  Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat
  Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai
  Variabel Moderasi, 8(3), 955-966.
- Pertiwi, I. S. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung, 8(1), 1-9.
- Philip Khotler (2004). Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta. Hal 196.
- Prastika, H. Z. (2019). *Literasi wakaf pada masyarakat untuk* memunculkan minat berwakaf, 31.
- Pratiwi, N. K. (2015). Pengaruh Tingka Pendidikan, Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar SIswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tanggerang, 1(2), 88-89.

- Prof. Drs. C.S.T Kansil, S.H dan Christine S.T (2020). *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal 15.
- Qardhawi, Y. (1983). Fiqh al-Zakat. Beirut : Muassasah ar Risalah.
- Qalbiah, N. (2013). Perhitungan Zakat Perdagangan dan Pengaruhnya Terhadap Pajak Penghasilan. *Jurnal Inteknal*, XIII
- Rifa'i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan by Dr. Khamdan Rifai, SE., M.Si. (z- Lib.Org).
- Rizkia, R. d. (2014). Pengaruh Faktor Budaya, Motivasi, Regulasi,
  Dan Pemahaman Tentang Zakat Terhadap Keputusan
  Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal (Studi Para Muzakki
  Di Kota Sabang), 29-38.
- Robbins, P. S dan Timothy, A. J. (2017). *Perilaku Organisasi Buku*2. Jakarta: Salemba Empat.
- Romadhona, A. S., Hadi, A., & Nasrullah, G. (2018). Analisis

  Pemungutan Zakat Perdagangan di Pasar Gang 20

  Kelurahan Telaga Biru.
- Saleh al-Fauzan, al-Mulakhkhas al-Fiqh, Terj. Abdul Hayyi al-Kattani, et al (2005). *Fiqih Sehari-hari*. Jakarta: Gema Insani Press) hal. 269.

- Sarni (2017). Implementasi Zakat Perdagangan Pengusaha Muslim Di Pasar Sentral Musamba. Palopo: IAIN Palopo. Skripsi S1, 24.
- Sabiq, S. (2017). Fiqih Sunnah Jilid 2. Jakarta: Cakrawala Publishing.
- Saefurridjal, A., Purwaningsih, D., Marpuah, & Miladiah, s. S. (2023). *Niat Atau Motivasi Dalam Kepemimpinan Pendidikan*, 09(01), 177.
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat, 4(3).
- Sarong, A. Ha<mark>mid, dk</mark>k. (2009). *Fiqh*. Banda Aceh: PSW IAIN Ar-Raniry
- Septiyono. (2020). *Konsep Dasar Literasi Informasi*. *lpmplampung.Kemendigbud.Go.Id*. Retrieved from

  http://lpmplampung.kemdikbud.go.id/detailpost/enamliterasi-dasar- yang-perlu-dikuasai
- Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi., 8(1), 13-21.
- Shaleh, A. R.dan Muhbib, A. W. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.

- Soemitra, A. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supartha, W. G. (2017). *Pengantar Perilaku Organisasi*. Denpasar Timur: CV. Setia Bakti.
- Sri Riwayati dan Nurul Bidayatul Hidayah (2018). Zakat Dalam Telaah Qs. At-Taubah Ayat 103 (Penafsiran Enam Kitab). Institut Agama Negeri Salatiga, Indonesia Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir, 1 (2).
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity
  Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhdap Partisipasi
  Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan ECommerce di UBM., 2(2), 155-168.
- Yunus, M. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religius dan Kontribusi Terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe), Vol 1(No. 1).

#### LAMPIRAN

#### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

# PENGARUH LITERASI ZAKAT, KEPERCAYAAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT PELAKU USAHA MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN PADA BAITUL MAL KOTA BANDA ACEH

#### A. Identitas Responden

4. Pekerjaan

Mohon dengan hormat ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi data responden dibawah ini :

- 1. Nama : 2. Jenis Kelamin :
- 3. Usia
- 5. Pendidikan Terakhir :
- 6. Rata-Rata Pendapatan Perbulan

#### B. Petunjuk Pengisian Angket

- 1. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu deskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
- 2. Berilah tanda checklist pada kolom jawaban yang menurut anda sesuai atau yang paling tepat.

3. Pada masing-masing pernyataan 5 Alternatif yang mengacu pada tehnik skala likert, yaitu :

SS : Bila anda Sangat Setuju dengan pernyataan tersebut

S : Bila anda Setuju dengan pernyataan tersebut

RR : Bila anda Ragu-Ragu dengan pernyataan tersebut

TS : Bila anda Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut

STS: Bila anda Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut

#### Faktor Literasi Zakat (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Zakat merupakan kewajiban	-	Λ			
	seora <mark>ng mus</mark> lim	//				
2	Saya m <mark>embay</mark> ar zakat karena					
	mengetahui tentang					
	perhitungan zakat atas harta					
- (	yang saya mil <mark>iki</mark>					
3	Saya membayar zakat agar					
	bisa disalurk <mark>an kepada orang</mark>	_				
	yang m <mark>embutuhkan</mark>	Y				
4	Saya mengeluarkan 2,5%					
	dari harta saya untuk					
	berzakat					
5	Pendapatan yang diterima					
	dari profesi seseorang, baik					
	dari gaji sebagai karyawan					
	swasta dan PNS, maupun					
	dari hasil usaha wajib					
	dikeluarkan zakatnya					

# Faktor Kepercayaan (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	D'AMIKADA A					
1	Baitul Mal Kota Banda Aceh					
	adalah suatu lembaga zakat					
	yang amanah dan dapat di					
	percaya					
2	Baitul Mal Kota Banda Aceh					
	memberikan dana zakatnya					
	secara adil kepada mustahiq					
	yang membutuhkan					
3	Baitul Mal Kota Banda Aceh					
	melalui peng <mark>el</mark> ola <mark>anya dapat</mark>					
	meningkatka <mark>n t</mark> araf hidup				7	
	masyarakat miskin		А			
4	Baitul Mal Kota Banda Aceh					
	mampu <mark>melaya</mark> ni para		/			
	muzakki <mark>denga</mark> n sikap ramah					
	dan sopan di dalam proses					
	pembayaran z <mark>akat</mark>					

# Faktor Motivasi (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya terdorong					
	membayar zakat untuk					
	memperoleh pahala.					
2	Membayar zakat dapat					
	mempererat tali					
	persaudaraan sesama					
	muslim					
3	Membayar zakat dapat					

	membersihkan harta dan			
	jiwa saya			
4	Membayar zakat dapat			
	memberikan kesuksesan			
	dalam berusaha			

# Faktor Minat (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Pelaku usaha membayar					
	zakat di Baitul Mal Kota		1/			
	Banda Aceh agar di		~			
	perhatikan ol <mark>eh lingkungan</mark>	П				
	sekitarnya	l I				
2	Pelaku usaha setelah	1		1		
	membayar zakat di Baitul		U	7		
	Mal K <mark>ota B</mark> anda Aceh					
	memilik <mark>i peras</mark> aan senang	1/	/			
	karena sud <mark>ah m</mark> enunaikan			10		
	kewajibannya	4				
3	Pelaku usaha membayar				/	
	zakat di Baitul Mal Kota					
	Banda Aceh karena	v				
	memiliki kesadaran yang			> /		
	sangat tinggi akan					
	menunaikan kewajibannya					
	sebagai seorang pedagang					
	muslim yang dagangannya					
	sudah mencapai nisab dan					
	haul					
4	Pelaku usaha membayar					
	zakat di Baitul Mal karena					
	melihat teman atau					

lingkungan sekitar			
membayar zakat			



# Lampiran 2 Tabulasi Data

LZ1	LZ2	LZ3	LZ4	LZ5	K1	К2	К3	К4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	5	4	2	5	2
5	4	5	5	5	4	4	4	3
4	5	4	5	5	2	3	3	3
3	5	5	5	5	2	2	4	4
3	5	5	2	5	4	4	4	4
3	5	2	3	5	5	5	5	2
3	4	3	1	4	4	3	4	3
4	5	4	3	5	4	4	4	3
5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	4	3	4
2	5	4	5	4	4	4	2	3
4	3	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	4	4
5	3	4	4	3	3	3	3	4
5	3	5	4	4	4	3	3	3
5	4	5	4	2	4	3	3	3
5	5	5	4	4	4	3	3	2
3	4	5	5	5	4	3	5	1
4	5	5	ال الحي	5	4	3	3	3
4	5	5	3	4	4	3	3	3
4	5	5	4	5	2	3	3	3
2	5	4	4	3	4	3	4	4
3	5	4	4	4	3	3	2	3
4	4	5	2	4	4	5	4	4
4	3	5	4	4	2	5	4	3
3	4	3	4	2	5	5	4	4
5	3	5	5	4	4	5	4	2
5	3	5	5	4	3	5	4	2
3	4	5	5	4	5	5	3	4
3	5	5	5	4	5	5	5	4
5	4	3	4	4	5	4	4	2

5	4	4	3	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	3	4	4	4
5	5	4	2	5	2	4	4	4
5	5	4	4	5	3	4	4	1
4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	3	5
3	5	5	4	5	3	5	4	3
4	5	3	3	5	2	5	5	4
5	3	4	4	4	4	5	2	4
4	3	5	2	3	5	3	1	4
5	4	4	5	4	3	_ 3	4	2
5	5	3	4	4	3	3	4	1
5	5	4	5	2	4	3	4	4
5	5	3	5	3	3	4	3	3
4	4	5	5	4	3	4	2	2
3	5	5	4	4	4	4	5	1
4	5	5	4	4	2	4	2	5
4	5	5	4	4	5	4	1	3
4	5	2	4	4	5	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	3	4
3	5	3	5	3	3	4	4	3
4	2	5	4	5	3	4	5	2
4	5	5	ىر 4	5	4	4	4	4
5	3	5	4	5	4	4	2	1
5	5	5	5	5	4	4	5	3
5	5	5	4	2	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	3	4	5	3	5	4	3
5	5	4	5	5	5	5	1	2
5	3	5	5	5	5	5	5	2
3	4	5	5	5	3	5	3	1
4	4	4	1	3	3	5	5	4
3	4	5	5	4	3	5	4	3
3	4	5	5	4	2	5	5	4

5	4	4	4	4	3	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	3
4	4	4	4	4	4	5	2	2
5	4	4	4	3	4	4	5	4
4	4	3	3	4	5	4	3	4
5	5	4	4	5	5	4	5	4
3	3	5	4	5	5	4	5	5
3	5	3	5	3	3	5	4	5
3	5	4	5	5	5	2	5	5
4	5	5	5	5	3	5	2	5
5	5	4	5	1	3	5	4	5
3	5	3	5	1	3	3	4	5
4	2	4	5	2	4	4	4	2
5	4	3	4	4	4	5	3	3
4	5	4	4	4	4	4	5	2
4	5	4	4	4	4	5	1	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	3	4	3	3	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	4	3	4	5	5	4	5	4
5	3	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	الرا4ي	5	5	4	1	4
5	2	4	5	4	5	5	5	4
2	5	5	4	3	3	5	5	4
3	5	5	5	4	3	5	4	4
3	5	5	4	4	3	5	4	4
3	5	4	5	2	3	5	3	4
5	5	3	4	3	3	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	3	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4
3	5	5	5	5	3	4	5	4

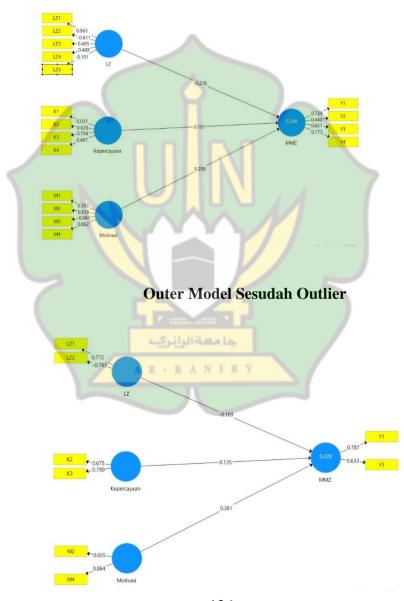
M1	M2	M3	M4	Y1	Y2	Y3	Y4
4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	3	3
5	3	5	5	2	3	4	1
3	2	5	5	3	4	3	3
2	1	3	5	4	4	5	2
5	4	2	5	5	5	5	2
4	5	5	5	5	5	5	2
5	5	1	5	3	3	3	2
3	5	3	5	4	4	4	2
5	4	5	4	2	4	2	2
2	3	4	5	2	3	4	1
4	2	2	4	2	4	2	2
4	1	3	1	2	4	2	2
3	5	4	3	2	4	3	2
2	3	4	2	2	3	2	1
4	2	5	1	1	4	4	2
4	1	5	2	2	4	1	2
5	5	5	3	3	4	2	2
5	3	5	4	4	4	4	2
5	2	5	4	2	4	2	2
5	3	2	4	5	4	4	2
2	5	3 R	R 4 N	2	3	5	2
4	3	3	3	3	2	3	2
5	2	5	2	1	1	2	2
3	3	3	4	2	2	4	2
5	4	2	4	3	5	5	2
5	4	4	5	4	4	3	2
5	4	5	4	1	2	1	2
5	5	1	5	5	1	4	2
4	5	4	4	4	3	4	1
3	5	3	5	3	2	2	1
2	2	2	4	1	5	3	1

1	3	5	5	3	1	5	1
5	1	3	4	4	2	2	1
4	2	1	5	5	3	1	1
2	3	5	4	3	1	4	1
3	3	2	5	2	4	4	1
5	2	3	4	4	5	4	1
5	1	2	4	4	2	4	1
2	3	5	4	4	3	3	1
4	5	4	2	5	2	3	1
5	3	3	1	2	4	3	1
3	2	1	4	2	1	3	1
2	1	3	3	3	2	5	2
1	5	5	2	4	5	2	2
5	3	2	1	2	2	3	2
4	4	3	4	3	4	5	2
2	1	1	4	4	, 1	4	2
4	2	2	4	1	2	2	2
4	1	3	5	2	4	3	2
4	4	4	5	3	5	4	3
4	4	2	5	4	2	5	3
1	5	1	5	3	3	3	3
4	1	3	3	1	5	2	3
3	3	4	1	2	1	2	3
1	4	4	2	3	2	2	3
2	5	1 R -	R 3 N	R 4	3	1	3
4	1	4	4	2	3	5	3
1	3	1	4	3	4	4	3
3	5	2	4	1	2	5	2
4	1	4	4	2	4	3	2
5	3	1	4	3	2	2	2
5	5	5	5	2	3	4	1
5	3	4	5	3	5	5	1
5	4	5	3	3	2	4	1
5	2	5	5	3	4	5	2
5	5	5	5	3	1	4	1

5	5	5	5	3	3	4	3
5	5	5	5	4	5	4	2
5	5	5	5	2	2	4	1
5	3	5	5	3	3	4	2
5	2	4	4	4	5	4	3
5	4	2	3	1	1	4	2
5	4	5	4	2	2	4	3
5	4	3	4	3	4	4	2
5	4	4	4	4	5	4	3
5	4	5	4	3	1	4	1
5	4	2	5	4	5	4	2
5	4	1	5	3	5	4	3
4	4	4	3	2	5	4	2
4	4	5	2	3	5	4	3
4	4	3	1	4	5	4	2
4	4	5	5	1	5	4	1
4	4	3	5	2	5	4	3
4	4	4	4	3	5	4	1
4	4	4	5	4	5	5	3
4	4	4	4	2	4	5	1
4	4	4	5	3	4	5	3
4	4	4	5	1	4	5	1
4	4	4	4	4	4	3	2
4	4	4	4	5	4	3	2
4	4	5 R	R 5 N	R 4	4	3	2
4	4	2	5	5	4	3	2
4	4	3	4	4	4	3	2
4	4	1	5	5	4	2	2
5	4	4	5	4	4	2	2
5	4	5	2	4	4	2	2
5	4	5	3	4	4	2	1
5	4	5	5	4	4	2	3
5	4	5	5	4	4	2	3

#### **Lampiran 3 Hasil Output Penelitian**

#### **Outer Model Sebelum Outlier**



Nilai Loading Factor (λ)

	Literasi	Kepercayaan	Motivasi	Minat
	Zakat	(X2)	( <b>X3</b> )	Membayar
	(X1)			Zakat (Y)
LZ1	0,772			
LZ2	0,765			
<b>K2</b>		0,675		
К3		0,790		
M2			0,685	
M4			0,864	
Y1				0,787
<b>Y3</b>				0,673

#### Nilai Average Varians Extraced (AVE)

Variabel	Average Varians Extraced (AVE)
Liter <mark>asi Z</mark> akat (X1)	0,591
Keper <mark>cayaan</mark> (X2)	0,540
Motivasi (X3)	0,588
Minat Membayar Zakat (Y)	0,510

# **Dsicriminant Validity**

,	Literasi	Kepercayaan	Motivasi	Minat
	Zakat	(X2)	(X3)	Membayar
	(X1)	A R - R A D T R		Zakat (Y)
LZ1	0,772	0,000	0,000	0,000
LZ2	0,765	0,000	0,000	0,000
K2	0,000	0,675	0,000	0,000
К3	0,000	0,790	0,000	0,000
<b>M2</b>	0,000	0,000	0,685	0,000
<b>M4</b>	0,000	0,000	0,864	0,000
<b>Y1</b>	0,000	0,000	0,000	0,787
<b>Y3</b>	0,000	0,000	0,000	0,673

#### Nilai Korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE

	Kepercayaa	Literas	Minat	Motivas
	n	i Zakat	Membaya	i
			r Zakat	
Kepercayaa	0,735			
n				
Literasi	0,359	0,769		
Zakat	$\wedge$			
Minat	0,258	0,258	0,714	
Membayar				
Zakat	0.0			
Motivasi	0,370	0,350	0,436	0,766

# Pengujian Reability

Vari <mark>abel</mark>	Composite Reliability	
Litersi Zakat (X1)	0,720	
Kepercayaan (X2)	0,700	
Motivasi (X3)	0,737	
Minat Membaya <mark>r Zakat (Y)</mark>	0,742	
AR-RANIRY		

# Nilai R-square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Membayar Zakat	0,738	0,704

# **Boostrapping**

