

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Teori Kepercayaan

M. Taufiq Amir menyatakan bahwa Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.<sup>17</sup>

Ada beberapa Manfaat dari kepercayaan menurut Morgan dan Hunt, di antaranya adalah: (1) Kepercayaan bisa meningkatkan pemasar untuk berusaha dalam menjaga hubungan yang sudah terjalin dengan cara bekerjasama dengan rekan perdagangan; (2) Kepercayaan dapat menjadi dasar penolakan pilihan jangka pendek serta lebih mengarah terhadap keuntungan jangka panjang sesuai dengan yang di harapkan dengan menjaga rekan yang ada.<sup>18</sup>

Kepercayaan bisa menjadi pendongkrak pemasar dalam mendatangkan resiko besar secara bijaksana, karena percaya bahwasanya rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang tentunya bisa saja merugikan pasar.

---

<sup>17</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 62-63

<sup>18</sup> Anonim. 2018. *Kepercayaan (Trust) : Pengertian, Definisi, Manfaat dan Faktor-faktornya Lengkap*. Tersedia dalam <https://www.ruangguru.co.id/pengertian-definisi-manfaat-dan-faktor-faktor-kepercayaan-trust-menurut-para-ahli/> diakses tanggal 31 Agustus 2019.

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya daripada yang kurang dipercayai.<sup>19</sup>

Menurut Rousseau et al, kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.<sup>20</sup>

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

---

<sup>19</sup> Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships". *Journal of Marketing*. Vol 57. pp 81-101.

<sup>20</sup> Salovey, Peter Mayer, John D et.al. 1995. *Emotional Attention, Clarity and Repair Exploring Emotional Intelligence Using the Trait Meta-mood Scale*. American Psychological Press.

Kepercayaan merupakan penilaian atas kredibilitas pihak yang akan dipercaya atas kemampuan pihak yang dipercaya dalam menyelesaikan kewajiban-kewajibannya. Sedangkan kepuasan adalah suatu ungkapan yang bernada positif yang berasal dari penilaian semua aspek hubungan kerjasama antara pihak satu dengan pihak lain. Kepuasan tersebut berdasarkan sejauhmana manfaat sebuah produk/jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan.

Ganesan dan Shankar menjelaskan kepercayaan adalah Refleksi terhadap dua Komponen, yakni : (1) *Credibility*: di lihat dari besarnya kepercayaan hubungan kerjasama dengan organisasi lain, dan membutuhkan keahlian dalam menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan; (2) *Benevolence*: di lihat dari segi besarnya kepercayaan hubungan kerjasama yang mana bertujuan serta motivasi agar menjadi kelebihan terhadap organisasi lainnya, ketika dalam kondisi yang baru terbentuk yakni kondisi yang mana komitmen tersebut tidak terbentuk.<sup>21</sup>

Model kepercayaan organisasional memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan (*propensity*) dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai orang lain. Kecenderungan akan mempengaruhi seberapa banyak kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk orang yang dipercaya. Kepercayaan melibatkan loncatan kognitif melampaui harapan-harapan yang dijamin oleh dasar pemikiran

---

<sup>21</sup> Anonim. *Kepercayaan (Trust) : Pengertian, Definisi, Manfaat dan Faktor-faktornya Lengkap*. Tersedia dalam <https://www.ruangguru.co.id/pengertian-definisi-manfaat-dan-faktor-faktor-kepercayaan-trust-menurut-para-ahli/> diakses tanggal 31 Agustus 2019

dan pengalaman. Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut:<sup>22</sup>

### 1. Keterbukaan

Kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

### 2. Kompeten

Adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas di bidang pekerjaan tertentu.

### 3. Kejujuran

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

---

<sup>22</sup> Wibowo, *Manajemen Perubahan*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006, hlm. 380

#### 4. Integritas

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

#### 5. Akuntabilitas

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

#### 6. *Sharing*

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

## 7. Penghargaan.

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

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan *muzzaki* untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada *mustahiq* zakat karena *muzzaki* yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan.

Kepercayaan para *muzzaki* terhadap lembaga amil zakat banyak dipengaruhi oleh bagaimana tentang tata kelola zakat yang didalamnya mencakup beberapa hal penting yakni terkait amanah yang hal ini telah ditegaskan dalam Firman Allah dalam QS. Al Anfal/8: 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”*<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: DEPAG, 1989

Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat di lembaga amil zakat.

### 2.1.2. Teori Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *religio*, yang berakar dari kata *religare* yang berarti mengikat.<sup>24</sup> Secara substansial religius menunjuk pada sesuatu yang dirasakan sangat dalam yang bersentuhan dengan keinginan seseorang yang butuh ketaatan dan memberikan imbalan sehingga mengikat seseorang dalam suatu masyarakat. Agama (*religion*) berasal dari bahasa latin *religio* yang berarti ikatan bersama. Agama dibentuk oleh serangkaian tindakan dan konsep. Menurut Durkheim keyakinan bersifat individual dan mempengaruhi cara berfikir dan berperilaku. Istilah agama sering disamakan dengan istilah yang lain seperti religi (*religion*: bahasa Inggris) dan (*ad-din*: bahasa Arab), pada dasarnya semua istilah ini sama maknanya dalam terminologi dan teknis.<sup>25</sup>

Menurut Mayer agama adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakan terhadap tuhan, orang lain dan diri sendiri.<sup>26</sup>

Paham keagamaan yang dianut pada akhirnya mendorong pada perilaku sehari-hari, baik dalam peribadatan maupun akhlak bermasyarakat.<sup>27</sup>

<sup>24</sup> Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009, hlm. 15-16

<sup>25</sup> Dadang Kahmad, *Op. cit*, hlm. 13

<sup>26</sup> Brian S. Turner, *Agama dan Teori Sosial Rangka- Pikir Sosiologi Dalam Membaca Eksistensi Tuhan Diantara Gelegar Ideologi-ideologi Kontemporer*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2006, Cet. II, hlm. 36

<sup>27</sup> Zuly Qodir, *Agama dan Mitos Dagang*, Solo: Pondok Edukasi, 2002, hlm. 26

Agama adalah wahyu yang diturunkan oleh tuhan untuk manusia. Disamping sebagai sebuah keyakinan (*belief*) agama juga merupakan gejala sosial. Artinya, agama yang dianut melahirkan berbagai perilaku sosial, yakni perilaku yang tumbuh dan berkembang dalam sebuah kehidupan bersama. Fungsi dasar agama tersebut ialah memberikan orientasi, motivasi dan membantu manusia untuk mengenal dan menghayati sesuatu yang sakral. Lewat pengalaman beragama, yaitu penghayatan kepada tuhan, manusia menjadi memiliki kesanggupan, kemampuan dan kepekaan rasa untuk mengenal dan memahami eksistensi sang *Illahi*.

Agama memiliki daya konstruktif, regulatif dan formatif membangun tatanan kehidupan masyarakat. Religius Islam meliputi dimensi jasmani dan rohani, fikir dan dzikir, akidah dan ritual, penghayatan dan pengamalan, akhlak, individual dan kemasyarakatan, dunia dan ukhrawi. Pada dasarnya religiusitas meliputi seluruh dimensi dari seluruh aspek kehidupan.<sup>28</sup>

Menurut Muhammad Thaib Thohir *Religiusitas* merupakan dorongan jiwa seseorang yang mempunyai akal, dengan kehendak dan pilihannya sendiri mengikuti peraturan tersebut guna mencapai kebahagiaan dunia akhirat.<sup>29</sup> Sedangkan menurut Zakiyah Darajat dalam psikologi agama dapat difahami *religiusitas* merupakan sebuah perasaan, pikiran dan motivasi yang mendorong terjadinya perilaku beragama.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Maman, *Metodologi Penelitian Agama: Teori dan Praktik*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 1

<sup>29</sup> M Thaib Thohir Abdul Muin, *Ilmu Kalam*, Jakarta: Widjaya, 1986, hlm 121

<sup>30</sup> Zakiyah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, Jakarta: Bulan Bintang, 1973, hlm 13

Menurut Asyarie, terdapat enam fungsi religiusitas dalam kehidupan sehari-hari, yaitu:<sup>31</sup>

1. Fungsi Edukatif. Ajaran agama memberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi. Dalam hal ini bersifat menyuruh dan melarang agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik;
2. Fungsi Penyelamat. Keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu alam dunia dan akhirat;
3. Fungsi Perdamaian. Melalui agama, seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui pemahaman agama;
4. Fungsi Pengawasan Sosial. Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok;
5. Fungsi Pemupuk Rasa Solidaritas. Para penganut agama yang secara psikologis akan merasa memiliki kesamaan dalam kesatuan iman dan kepercayaan. Rasa kesatuan ini akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan, bahkan kadang-kadang dapat membina rasa persaudaraan yang kokoh;
6. Fungsi Transformatif. Ajaran agama dapat mengubah kehidupan manusia seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya, kehidupan baru yang diterimanya berdasarkan

---

<sup>31</sup> Muchlisin Riadi. 2018. *Fungsi, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas* <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html> diakses tanggal 31 Agustus 2019

ajaran agama yang dipeluk kadangkala mampu mengubah kesetiiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianutnya.

*Religiusitas* dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.<sup>32</sup> Religiusitas sebagai keberagaman meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Dapat diartikan, bahwa pengertian *religiusitas* adalah seberapa mampu individu melaksanakan aspek keyakinan agama dalam kehidupan beribadah dan kehidupan sosial lainnya.<sup>33</sup>

Menurut Husain At Tariqi, religiusitas dapat dilihat dari kriteria atau ciri-ciri berikut ini:<sup>34</sup>

1. Kemampuan Melakukan Differensiasi. Artinya kemampuan dengan baik dimaksudkan sebagai individu dalam bersikap dan berperilaku terhadap agama secara objektif, kritis, berfikir secara terbuka. Individu yang memiliki sikap religiusitas tinggi yang mampu melakukan diferensiasi, akan mampu menempatkan aspek rasional sebagai salah satu bagian dari kehidupan beragamanya, sehingga pemikiran tentang agama menjadi lebih kompleks dan realistis.

<sup>32</sup> Ancok, Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2001. hlm 77

<sup>33</sup> Yolanda Hani Putriani, *Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek Religiusitas*, Jurnal JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015. (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015)

<sup>34</sup> Muchlisin Riadi. 2018. *Fungsi, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas* <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html> diakses tanggal 31 Agustus 2019

2. Berkarakter Dinamis. Apabila individu telah berkarakter dinamis, agama telah mampu mengontrol dan mengarahkan motif-motif dan aktivitasnya. Aktivitas keagamaan semuanya dilakukan demi kepentingan agama itu sendiri.
3. Integral. Keberagaman yang matang akan mampu mengintegrasikan atau menyatukan sisi religiusitasnya dengan segenap aspek kehidupan termasuk sosial, ekonomi.
4. Sikap Berimbang Antara Kesenangan Dunia Tanpa Melupakan Akhirat. Seorang yang memiliki sikap religiusitas tinggi akan mampu menempatkan diri antara batas kecukupan dan batas kelebihan.

C.Y. Glock dan R. Stark dalam buku *American Piety: The Nature of Religious Commitment* sebagaimana dalam buku Sosiologi Agama menyebutkan lima dimensi beragama, yakni:<sup>35</sup>

#### 1. Keyakinan

Dimensi berisikan pengharapan yang berpegang teguh pada teologis tertentu. Dimensi ini mengungkap hubungan manusia dengan keyakinan terhadap rukun iman, kebenaran agama dan masalah-masalah *ghaib* yang diajarkan oleh agama.

#### 2. Pengamalan/ praktik

Merupakan dimensi praktik agama yang meliputi perilaku simbolik dari makna-makna keagamaan yang terkandung didalamnya. Dimensi ini berhubungan dengan sejauh mana tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan- kegiatan ritual yang diperintahkan oleh agamanya. Yakni

<sup>35</sup> Dadang Kahmad, *Op. cit*, hlm. 53-54

berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan pelaksanaan ibadah, seperti sholat, puasa, zakat, ibadah haji, doa, dan sebagainya.

### 3. Penghayatan

Dimensi penghayatan keagamaan merujuk pada seluruh keterlibatan dengan hal-hal yang suci dari suatu agama. Dimensi ini mencakup pengalaman dan perasaan tentang kehadiran tuhan dalam kehidupan, ketenangan hidup, takut melanggar larangan tuhan, keyakinan menerima balasan dan hukuman, dorongan untuk melaksanakan perintah agama, perasaan nikmat dalam beribadah dan perasaan syukur atas nikmat yang dikaruniakan Allah SWT dalam menjalani kehidupan.

### 4. Pengetahuan

Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran-ajaran agama dan kitab sucinya. Menjadikan Al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman hidup sekaligus sebagai sumber pengetahuan, dan memberikan ajaran Islam.

### 5. Konsekuensi

Dimensi yang mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan, pengamalan, penghayatan dan pengetahuan seseorang. Yakni berkaitan dengan kewajiban seseorang sebagai pemeluk agama untuk melaksanakan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari dengan bukti sikap dan tindakannya berlandaskan pada etika dan spiritualitas agama.

Dimensi-dimensi tersebut merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perilaku tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, norma-norma dan nilai-nilai agama sangat berpengaruh terhadap perilaku sosial.<sup>36</sup>

Menurut Thouless, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi religiusitas, yaitu sebagai berikut:<sup>37</sup>

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dari berbagai tekanan sosial (faktor sosial) yang mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan, termasuk pendidikan dan pengajaran orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan dengan berbagai pendapatan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
2. Berbagai pengalaman yang dialami oleh individu dalam membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, keselarasan, dan kebaikan dunia lain (faktor alamiah), adanya konflik moral (faktor moral) dan pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif).
3. Faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi terutama kebutuhan terhadap keamanan, cinta, kasih, harga diri, dan ancaman kematian.
4. Berbagai proses pemikiran verbal atau proses intelektual. Manusia diciptakan dengan memiliki berbagai macam potensi. Salah satunya adalah potensi untuk beragama. Potensi beragama ini akan terbentuk, tergantung bagaimana

---

<sup>36</sup> Dadang Kahmad, *Op. cit*, hlm. 53-54

<sup>37</sup> Muchlisin Riadi. 2018. *Fungsi, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas* <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html> diakses tanggal 31 Agustus 2019

pendidikan yang diperoleh anak. Seiring dengan bertambahnya usia, maka akan muncul berbagai macam pemikiran-pemikiran verbal. Salah satu dari pemikiran verbal ini adalah pemikiran akan agama.

Terkait prinsip religiusitas Allah menekankan agar dalam beragama kita menyempurnakan keislaman kita dengan menampakkan ciri keislaman kita secara utuh dan sempurna dengan melaksanakan seluruh perintah dan meninggalkan seluruh larangan secara totalitas (*Kaffah*). Religiusitas dalam hal ini bila dilihat dalam sudut pandang keutuhan dan kesempurnaan dalam keislaman maka hal ini sesuai dengan sebuah perintah yang Allah sampaikan melalui FirmanNya dalam QS. Al Baqarah/2: 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Terjemahnya:*

*Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.*

Mengacu pada beberapa pendapat sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah benang merah kesimpulan bahwa pemahaman seseorang terhadap norma-norma syari'ah, khususnya terkait dengan kewajiban zakat, sangat mempengaruhi kesadaran seseorang untuk mengeluarkan zakat kepada *mustahiq* zakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap seseorang terhadap suatu objek (kewajiban zakat), maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan objek tersebut.

### 2.1.3. Minat Membayar Zakat

#### 2.1.3.1. Teori Tentang Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.<sup>38</sup> Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dikatakan minat sifatnya tidak stabil.

Minat adalah suatu kecenderungan hati kepada sesuatu. Minat timbul dari dalam diri seseorang apabila sesuatu yang diminati itu bermanfaat, bisa dirasakan, dialami secara nyata, dan bila pihak luar juga mendorong kearah itu.<sup>39</sup>

Karateristik minat menurut Bimo Walgito adalah :<sup>40</sup>

1. Menimbulkan sikap positif terhadap sesuatu objek;
2. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek itu;
3. Mengandung suatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

Crow and Crow menyatakan "...the word interested may be used to the motivatoring force which courses and individual to give attenrion force person a thing or activity." Pendapat disini dmaksudkan bahwa perhatian kepada seseorang, sesuatu maupun aktivitas tertentu, sementara ia kurang atau bahkan tidak menaruh perhatian terhadap seseorang , sesuatu atau aktivitas tertentu

<sup>38</sup> Anton M. Moeliono dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999, hlm. 225

<sup>39</sup> Jaelani, *Membuka Pintu Rezeki*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999),h.69.

<sup>40</sup> Anonim. 2018. *Definisi Minat, Faktor, Macam Pengertian Minat Menurut Para Ahli* <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html> diakses tanggal 31 Agustus 2019

sementara ia kurang atau bahkan tidak menaruh perhatian terhadap seseorang, sesuatu atau aktivitas yang lain. Dari uraian tersebut dengan adanya minat memungkinkan adanya keterlibatan yang lebih besar dari objek yang bersangkutan. Karena minat berfungsi sebagai pendorong yang kuat.<sup>41</sup>

Menurut Witherington, H. C Minat dibagi 2 yaitu :<sup>42</sup>

#### 1. Minat primitif atau biologis

Minat yang timbul dari kebutuhan – kebutuhan jasmani berkisar pada soal makanan, comfort, dan aktifitas. Ketiga hal ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang terasa akan sesuatu yang dengan langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

#### 2. Minat kultural atau sosial

Minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya. Orang yang benar – benar terdidik ditandai dengan adanya minat yang benar – benar luas terhadap hal – hal yang bernilai.

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.<sup>43</sup> Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>44</sup>

<sup>41</sup> Anonim. 2018. *Definisi Minat, Faktor, Macam Pengertian Minat Menurut Para Ahli* <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html> diakses tanggal 31 Agustus 2019

<sup>42</sup> *Ibid*

<sup>43</sup> WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982, hlm. 650

<sup>44</sup> Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997, hlm. 62

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya.<sup>45</sup>

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.<sup>46</sup>

#### 2.1.3.2. Macam-macam minat

Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.

Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli.

<sup>45</sup> Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120

<sup>46</sup> Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2007, Hlm. 121

Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu sebagai berikut:<sup>47</sup>

a. *Expressed interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang paling tidak disenangi.

b. *Manifest interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

c. *Tested interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil jawaban tes obyektif yang ada.

d. *Inventoried interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, berisi pertanyaan-pertanyaan kepada subyek.

Semua minat mempunyai dua aspek yaitu; pertama, adalah aspek kognitif. Kedua, aspek afektif. Aspek kognitif didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan manusia.

---

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm. 265

Sedang aspek afektif atau bakat emosional adalah aspek yang berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang penting misal orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut.<sup>48</sup>

#### 2.1.3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.<sup>49</sup>

#### 2.1.3.4. Fungsi minat

Nuckols dan Banducci dikutip oleh Elizabeth B. Hurlock menulis tentang fungsi minat bagi kehidupan sebagai berikut:<sup>50</sup>

1. Minat mempengaruhi intensitas cita-cita.
2. Minat sebagai tenaga pendorong yang kuat.
3. Prestasi selalu dipengaruhi jenis dan intensitas minat.
4. Minat yang terbentuk seumur hidup membawa kepuasan.

<sup>48</sup> Sukanto, *op.cit.*, hlm. 116-119

<sup>49</sup> Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Kencana : Jakarta, 2004 hlm. 264

<sup>50</sup> Abdul Wahib, *ibid.*, hlm. 109-110

### 2.1.3.5. Penentuan minat

Karena pentingnya peran minat dalam kehidupan manusia, maka minat perlu sekali ditemukan dan dipupuk. Ada beberapa metode untuk menentukan minat seseorang antara lain:<sup>51</sup>

1. Pengamatan kegiatan
2. Pertanyaan
3. Membaca
4. Keinginan
5. Laporan mengenai apa saja yang diminati.

Sebagaimana terkandung dalam Al-qur'an, berkaitan dengan minat terdapat pada surat pertama yang perintahnya adalah agar kita membaca. Bukan sekedar membaca buku atau secara tekstual, tetapi dalam semua aspek. Termasuk tuntunan membaca cakrawala dunia yang merupakan kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri sehingga kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam kehidupan ini. Firman Allah dalam QS. Al Alaq/92: 3-5

أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ , الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ , عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Terjemahnya:

*“Bacalah! Bacalah, dan Tuhanmu Yang Maha Pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”.*<sup>52</sup>

Jadi minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT kepada kita semua. Namun demikian bukan berarti kita hanya berpangku tangan

<sup>51</sup> Andi Mappiare, *op.cit*, hlm. 65

<sup>52</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: DEPAG, 1989, hlm. 939

dan minat tersebut dapat berkembang dengan sendirinya. Tetapi kita harus ada upaya mengembangkan anugerah Allah itu secara maksimal sehingga karunianya dapat berguna dengan baik pada diri dan lingkungan kita berada.<sup>53</sup>

Ketidakpercayaan ataupun kurang percaya masyarakat terhadap lembaga amil zakat membuat sebagian masyarakat lebih memilih menunaikan ibadah zakat langsung kepada *mustahiq* zakat dari pada ke lembaga zakat. Oleh karena itu, pengelolaan zakat oleh suatu lembaga amil zakat yang lebih profesional, amanah dan transparan akan dapat menumbuhkan semangat masyarakat untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut.

Tingkat pemahaman masyarakat muslim mengenai keagamaan khususnya ibadah zakat berpengaruh kuat terhadap semua aspek kehidupan manusia, khususnya berdampak pada kesadaran masyarakat membayar zakat. Termasuk ajaran Islam mengenai pemerataan dan pendistribusian pendapatan yang memihak kepada rakyat miskin. Pendapatan berpengaruh terhadap jumlah zakat yang harus dibayarkan oleh *muzakki*.<sup>54</sup>

Dengan demikian, kepercayaan, tingkat religiusitas serta minat masyarakat merupakan faktor terpenting dalam menentukan perilaku masyarakat untuk menunaikan zakat di lembaga amil zakat. Pengelolaan dana zakat yang lebih profesional akan menjadikan lembaga amil zakat tersebut sebagai pilihan utama masyarakat dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk menunaikan zakat.

---

<sup>53</sup> Abdul Rahman Saleh, *op. cit*, hlm. 272

<sup>54</sup> Hikayah Azizi, *Journal of Islamic Business and Economics*, Desember 2008, Vol. 3 No.2, hlm. 76-77

## 2.1.4. Kepatuhan Membayar Zakat

### 2.1.4.1. Teori Kepatuhan

Kepatuhan (*obedience*) didefinisikan sebagai perubahan sikap dan tingkah laku seseorang untuk mengikuti permintaan atau perintah orang lain.<sup>55</sup> Sedangkan Neufeldt (dalam Widyarti) mendefinisikan kepatuhan sebagai kemauan mematuhi sesuatu dengan takluk atau tunduk. Soekanto menjelaskan bahwa kepatuhan pada individu pada hakikatnya merupakan hasil proses internalisasi yang disebabkan oleh pengaruh-pengaruh sosial yang memberikan efek pada kognisi seseorang, sikap-sikap maupun pola perikelakuannya dan hal tersebut justru bersumber pada orang-orang lain di dalam kelompok tersebut.<sup>56</sup>

Pengertian kepatuhan adalah suatu kondisi yang tercipta dan berbentuk melalui proses dari serangkaian perilaku yang menunjukkan nilai-nilai ketaatan, kepatuhan, kesetiaan, keteraturan dan ketertiban. Sikap atau perbuatan yang dilakukan bukan lagi atau sama sekali tidak dirasakan sebagai beban, bahkan sebaliknya akan mebebani dirinya bila mana ia tidak dapat berbuat sebagaimana lazimnya.<sup>57</sup>

*Compliance* merupakan bentuk pengaruh sosial yang dipengaruhi oleh permintaan langsung ataupun tidak langsung dari orang lain. *Compliance* menunjuk pada sejauh mana seorang individu mengiyakan atau menolak permintaan orang lain. *Compliance* merupakan salah satu konstruk psikologi yang banyak dipelajari pada psikologi sosial, khususnya perilaku

<sup>55</sup> Papalia, Diane E. & Ruth Duskin Feldman. (2003). *Human Development*. New York : McGraw-Hill Companies Inc.hlm. 24

<sup>56</sup> Soekanto, Soerjono. (1992). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta : CV. Rajawali. Hlm. 32

<sup>57</sup> Prijadarminto. 2003. *Kepatuhan sebagai suatu perilaku*. Jakarta. CV Balai Pustaka

prososial. Tokohnya adalah Robert C. Cialdini, yang melakukan serangkaian penelitian melalui observasi langsung.

Menurut Cialdini dan Martin terdapat enam prinsip dasar dalam hal kepatuh. Hal-hal tersebut yakni **komitmen, hubungan social, kelangkaan, repositas, validasi social, dan otoritas**. Dalam prinsip komitmen dan konsistensi, ketika kita telah mengikatkan diri pada suatu posisi atau tindakan, kita akan lebih mudah memenuhi permintaan akan suatu hal yang konsisten dengan posisi atau tindakan sebelumnya. Prinsip-prinsip dasar *compliance* itu adalah sebagai berikut:<sup>58</sup>

1. ***Pertemanan atau rasa suka***. Kita cenderung lebih mudah memenuhi permintaan teman atau orang yang kita sukai daripada permintaan orang yang tidak kita kenal, atau kita benci.
2. ***Komitmen atau konsistensi***. Saat kita telah mengikatkan diri pada suatu posisi atau tindakan, kita akan lebih mudah memenuhi permintaan akan suatu hal yang konsisten dengan posisi atau tindakan sebelumnya.
3. ***Kelangkaan***. Kita lebih menghargai dan mencoba mengamankan objek yang langka atau berkurang ketersediaannya. Oleh karena itu, kita cenderung memenuhi permintaan yang menekankan kelangkaan daripada yang tidak.
4. ***Timbal balik***. Kita lebih mudah memenuhi permintaan dari seseorang yang sebelumnya telah memberikan bantuan kepada kita. Dengan kata lain, kita merasa wajib membayar utang budi atas bantuannya.

<sup>58</sup> Elsje Maria Rosa. 2018. *Kepatuhan (Compliance)*. <http://mmr.umy.ac.id/kepatuhan-compliance/> diakses pada tanggal 31 Agustus 2019.

5. *Validasi sosial*. Kita lebih mudah memenuhi permintaan untuk melakukan suatu tindakan jika konsisten dengan apa yang kita percaya orang lain akan melakukannya juga. Kita ingin bertingkah laku benar, dan satu cara untuk memenuhinya adalah dengan bertingkah laku dan berpikir seperti orang lain.

6. *Otoritas*. Kita lebih mudah memenuhi permintaan orang lain yang memiliki otoritas yang diakui, atau setidaknya tampak memiliki otoritas.

Menurut Hasibuan, menjelaskan bahwa kepatuhan merupakan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kepatuhan yang baik mencerminkan besarnya rasa tanggung jawab seseorang terhadap tugas-tugas yang diberikan kepadanya. Hal ini mendorong gairah kerja, semangat kerja, dan terwujudnya tujuan masyarakat, maka setiap orang harus berusaha agar mempunyai kepatuhan yang baik.<sup>59</sup>

Dari enam prinsip dasar tentang compliance (pemenuhan keinginan) diatas, merupakan celah seseorang untuk meminta sesuatu kepada kita. Menurut **Cialdini**, manusia cenderung berespon secara otomatis terhadap permintaan orang lain (automatic responding). Artinya manusia memiliki pola tingkah laku yang otomatis dipicu oleh adanya satu bentuk informasi yang relevan dalam situasi tertentu. Informasi tersebut memicu individu untuk mengambil tindakan tanpa menganalisis seluruh informasi yang ada dengan hati-hati.

---

<sup>59</sup> Hasibuan. Malayu. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.

Dalam prinsip hubungan social atau rasa suka, kita cenderung lebih mudah memenuhi permintaan teman atau orang yang kita suka daripada permintaan orang yang tidak kita kenal, atau kita benci. Dalam prinsip kelangkaan, kita lebih menghargai dan mencoba mengamankan objek yang langka atau berkurang ketersediaannya. Dalam prinsip timbal balik, kita lebih mudah memenuhi permintaan dari seseorang yang sebelumnya telah memberikan bantuan kepada kita. Dalam prinsip validasi social, kita lebih mudah memenuhi permintaan untuk melakukan suatu tindakan jika konsisten dengan apa yang kita percaya, orang lain akan melakukannya juga. Dalam prinsip otoritas, kita lebih mudah memenuhi permintaan orang lain yang memiliki otoritas yang diakui, atau setidaknya tampak memiliki otoritas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Milgram terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepatuhan yaitu:<sup>60</sup>

1. Status lokasi, dimana semakin penting lokasi yang diberikan instruksi maka semakin tinggi pula kepatuhan. Hal ini menunjukkan bahwa prestise meningkatkan kepatuhan.
2. Tanggung jawab personal, dimana semakin besarnya tanggung jawab personal maka tingkat kepatuhan akan meningkat.
3. Legitimasi dari figure otoritas. Legitimasi dalam hal ini dapat diartikan seberapa jauh masyarakat mau menerima dan mengakui kewenangan, keputusan, dan kebijakan yang diambil oleh seorang pemimpin.

---

<sup>60</sup> Elsy Maria Rosa. 2018. *Kepatuhan (Compliance)*. <http://mmr.umy.ac.id/kepatuhan-compliance/> diakses pada tanggal 31 Agustus 2019.

4. Status dari figure otoritas dapat mempengaruhi kepatuhan.
5. Dukungan dari rekan, dimana jika seseorang memiliki dukungan social dari teman yang tidak patuh maka ketaatan mungkin akan berkurang.
6. Kedekatan dengan figure otoritas, dimana semakin dekat jarak instruksi dari sosok otoritas maka tingkat kepatuhan semakin tinggi.

#### 2.1.4.1. Indikator Kepatuhan

Dalam menentukan indikator kepatuhan membayar zakat kami membandingkannya dengan syarat sahnya zakat yang menunjukkan bahwa bentuk kepatuhan kita dalam mengamalkan zakat kita telah menyesuaikan dengan hukum syariat.

Selain syarat wajib, pelaksanaan zakat juga harus memenuhi syarat sah. Syarat sah adalah hal-hal yang harus dipenuhi agar pembayaran zakat tersebut sah menurut syariat. Al-Zuhayly menyebutkan syarat sah pelaksanaan zakat ada dua, yaitu<sup>61</sup>:

##### 1. Niat

Zakat merupakan salah satu amalan wajib. Oleh karena itu, ia memerlukan adanya niat untuk membedakan dengan amalan sunah. Seseorang yang mempunyai harta sudah sampai nisab, kemudian dia mendedekahkan sebagian hartanya, tidak menggugurkan kewajibannya untuk mengeluarkan zakat. Harta yang dikeluarkan tanpa diniatkan zakat tidak dianggap sebagai zakat.

<sup>61</sup> Al-Zuhayly, Wahbah. 2008. Zakat: Kajian Berbagai Mazhab. Bandung: Remaja Rosdakarya.

## 2. Tamlik (memindahkan kepemilikan harta kepada penerimanya)

Harta yang sudah diniatkan zakat tapi belum diserahkan kepada mustahiq belum sah disebut zakat. Artinya, kewajiban zakat pemilik harta tersebut belum terpenuhi.

### 2.2. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian yang kami lakukan diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Juliana Nasution pada tahun 2017 yang berjudul: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPATUHAN MEMBAYAR ZAKAT PROFESI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEBERKAHAN HARTA MUZAKKI (Studi Kasus di Dompot Dhuafa Waspada). Diperoleh kesimpulan bahwa Hasil uji persamaan struktural menunjukkan bahwa sekitar 24% variabel religiusitas, penghargaan, altruisme, dan organisasi mempengaruhi kepatuhan sedangkan 76% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.<sup>62</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sheila Aulia Eka Larasati yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Hasil penelitian ini menemukan

---

<sup>62</sup> Juliana Nasution. 2017. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPATUHAN MEMBAYAR ZAKAT PROFESI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEBERKAHAN HARTA MUZAKKI (Studi Kasus di Dompot Dhuafa Waspada). Medan: UIN Sumatera Utara

bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepatuhan membayar zakat para muzakki di wilayah kerja BAZDA Kab. Labuhanbatu Selatan<sup>63</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh **Itaq Pangestu** pada tahun 2016 dengan judul: Analisis Dalam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Muzzaki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat keimanan atau religiusitas Muzakki berpengaruh positif pada motivasi membayar zakat.<sup>64</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Zahrok Nur Ulya pada tahun 2017 dengan judul: Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Zakat Profesi Aparatur Sipil Negara Di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah. Diperoleh kesimpulan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap kepatuhan ASN lingkup Kanwil Kemenag Prov Jawa Tengah dalam membayar Zakat.<sup>65</sup>



<sup>63</sup> Sheila Aulia Eka Larasati. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Labuhanbatu Selatan*. Medan : UIN Sumatera Utara

<sup>64</sup> Pangestu Itaq. 2016. *Analisis Dalam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Muzzaki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Semarang : UNNES

<sup>65</sup> Ulya Zahrok Nur. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Zakat Profesi Aparatur Sipil Negara Di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah*. Semarang : UIN Walisongo

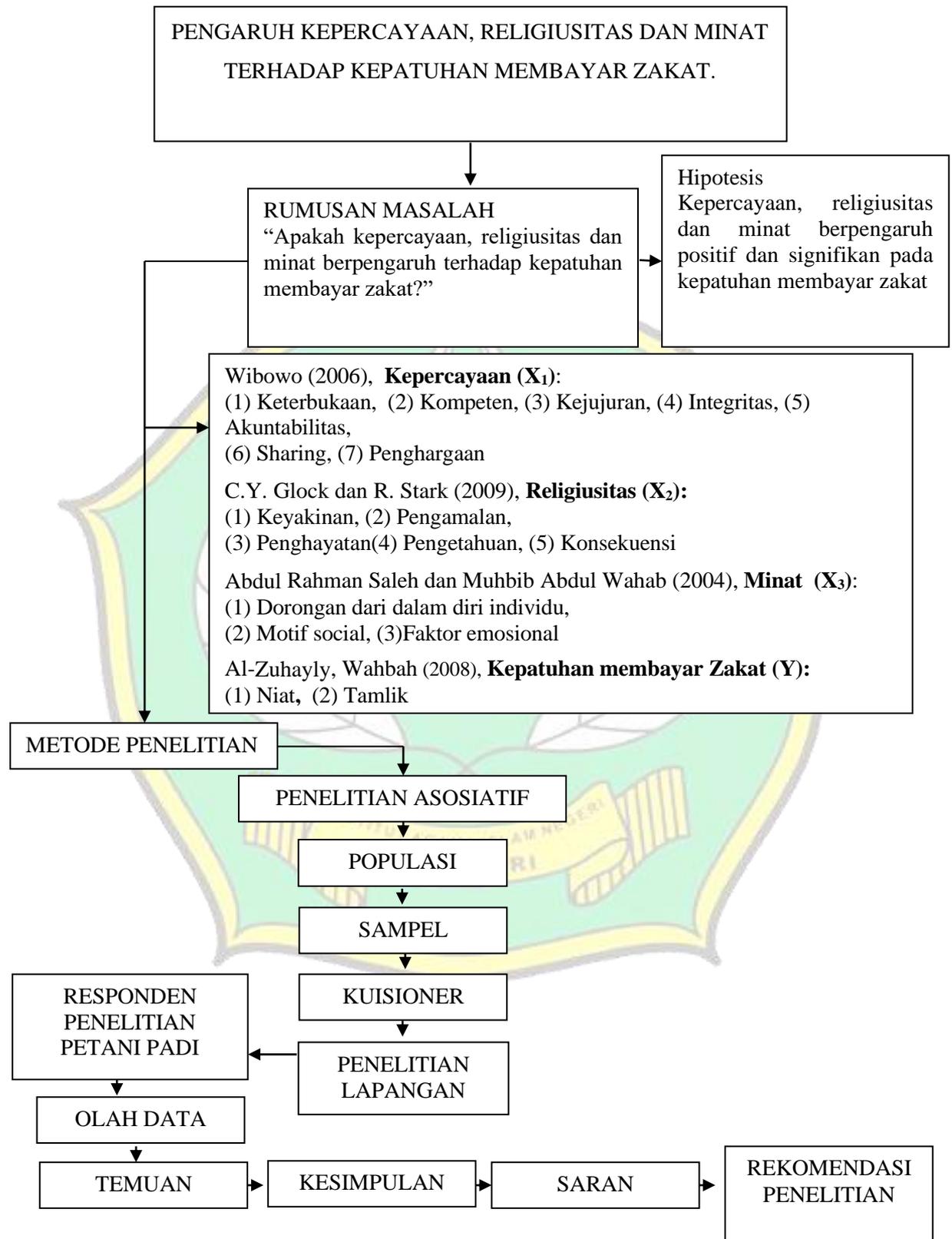
5. Penelitian yang dilakukan oleh M. Abdul Rouf pada tahun 2011 dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang. Diperoleh kesimpulan bahwa kepercayaan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh signifikan pada minat membayar zakat.<sup>66</sup>



---

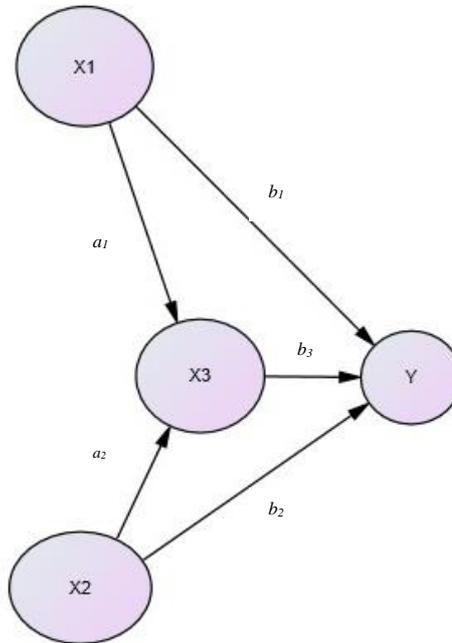
<sup>66</sup> M. Abdul Rauf. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*. Semarang : UIN Walisongo

**Gambar 2.1. Kerangka Pikir**



Sumber: Diolah dilapangan, tahun 2019

### 2.3. Desain Penelitian



Gambar. Hubungan antar variabel

Keterangan:

$X_1$  : Kepercayaan  
 $X_2$  : Religiusitas  
 $X_3$  : Minat  
 $Y_1$  : Kepatuhan Membayar Zakat  
 → : Garis Regresi

$a_1$  :  $X_1 \rightarrow X_3$   
 $a_2$  :  $X_2 \rightarrow X_3$   
 $b_1$  :  $X_1 \rightarrow Y$   
 $b_2$  :  $X_2 \rightarrow Y$   
 $b_3$  :  $X_3 \rightarrow Y$

#### 2.3.1 Reduce Form Regresi Berganda

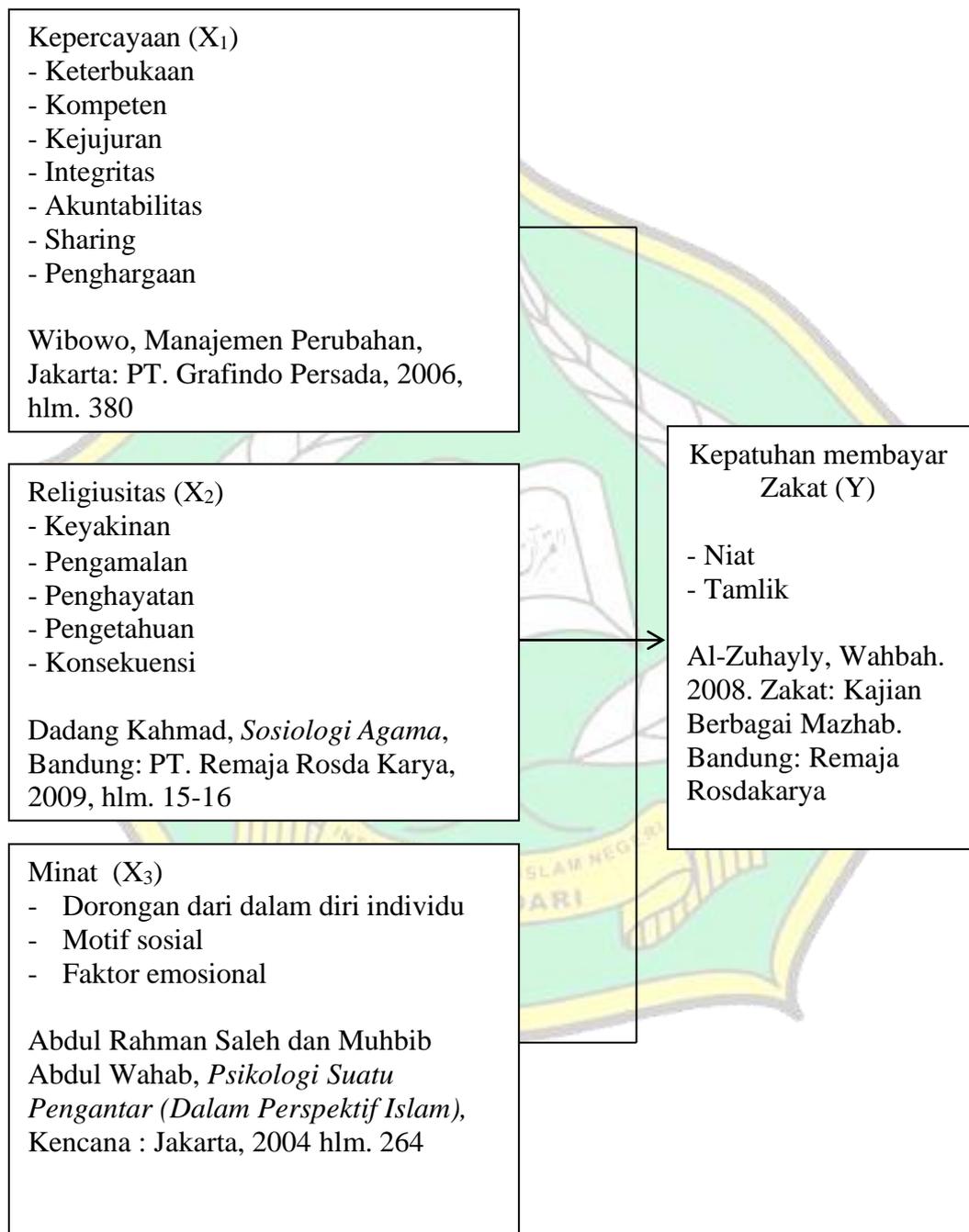
$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + e \quad (\text{i})$$

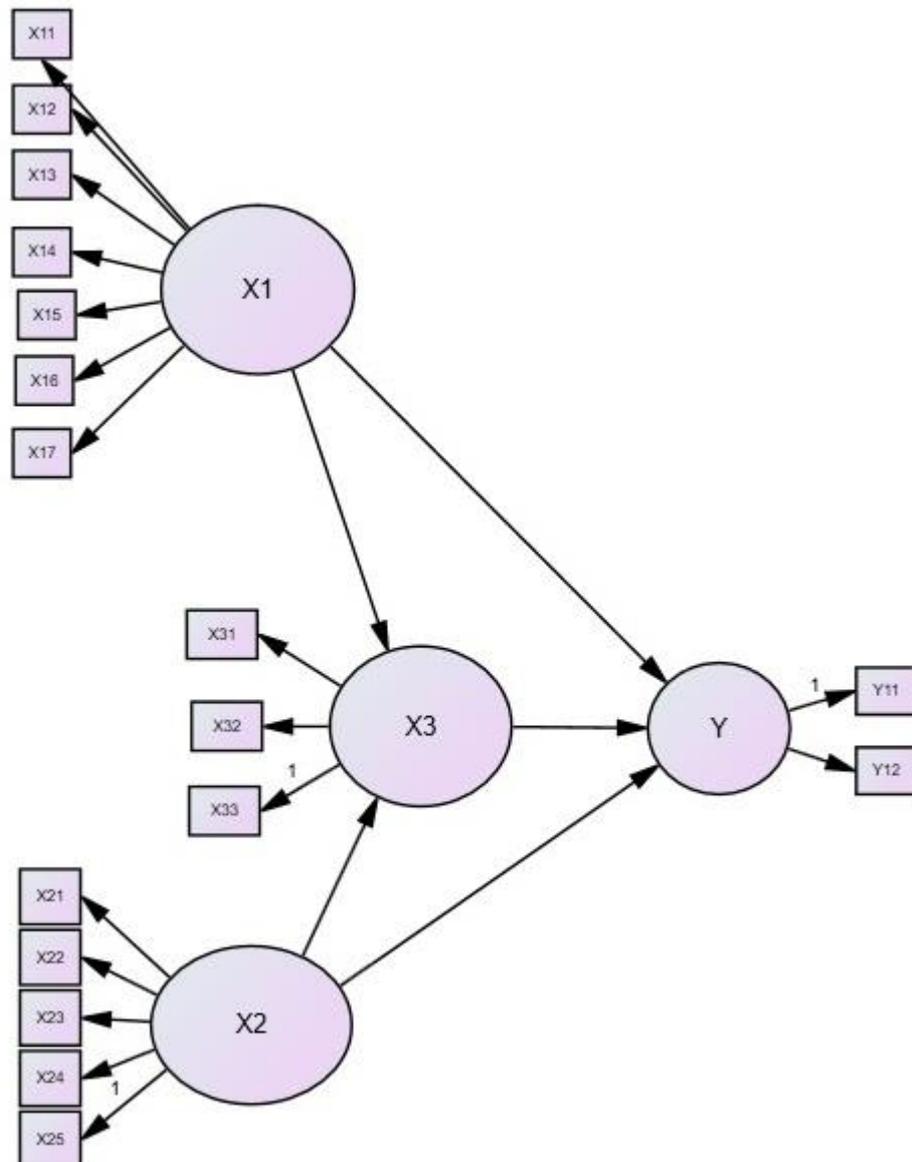
$$Y = \beta_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (\text{ii})$$

## 2.4. Hubungan Antar Variabel

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, kerangka pemikiran teoritis penelitian dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 2.2. Hubungan Antar Variabel



Gambar dibuat dengan AMOS

## 2.6. Hipotesis

Setelah memperhatikan kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berpikir, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap kepatuhan membayar zakat.
2. Ada pengaruh yang signifikan religiusitas terhadap kepatuhan membayar zakat.
3. Ada pengaruh yang signifikan minat terhadap kepatuhan membayar zakat.
4. Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan, religiusitas, dan minat secara simultan terhadap kepatuhan membayar zakat.

