

Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Masyarakat Muslim Kota Pekanbaru

Andra Wahyudi¹, Nurizal Ismail²

¹²Institut Agama Islam Tazkia Bogor

¹andrawahyudi66468@gmail.com, ²nurizal@tazkia.id,

ABSTRACT

This study investigates the influence of trust, religiosity, and income on the interest in paying zakat among the Muslim community in Pekanbaru City. Trust in zakat institutions is defined as the belief that these institutions are professional, honest, and transparent in managing zakat funds. Religiosity is measured as the level of adherence to religious teachings, while income reflects the economic status of the respondents. The research adopts a quantitative approach using a questionnaire as the data collection instrument from 114 respondents. Data analysis is conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), and the results indicate that trust, religiosity, and income significantly influence the community's interest in paying zakat. These findings contribute to understanding the motivating factors or barriers among the Muslim community in Pekanbaru City in fulfilling their zakat obligations. The study provides practical implications for zakat institutions to enhance their transparency and professionalism to build trust among the public. It also offers deeper insights into the factors influencing community interest in zakat within a specific socio-economic context.

Keywords: Trust, Religiosity, Income, Interests, Zakat

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan terhadap minat membayar zakat di kalangan masyarakat Muslim Kota Pekanbaru. Kepercayaan terhadap lembaga zakat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa lembaga tersebut profesional, jujur, dan transparan dalam pengelolaan dana zakat. Religiusitas diukur sebagai tingkat kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama, sementara pendapatan mencerminkan tingkat ekonomi responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dari 114 responden. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), dan hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Temuan ini memberikan kontribusi untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi atau menghambat masyarakat Muslim Kota Pekanbaru dalam memenuhi kewajiban zakat mereka dan implikasi praktis bagi lembaga zakat dalam meningkatkan transparansi dan profesionalisme mereka untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berzakat di konteks sosial-ekonomi yang spesifik.

Kata kunci: Kepercayaan, Religiusitas, Pendapatan, Minat, Zakat

PENDAHULUAN

Agama Islam didefinisikan sebagai agama yang mayoritas dianut oleh penduduk Indonesia. Agama Islam memiliki lima rukun Islam, salah satu diantaranya adalah zakat yang termasuk rukun Islam ke tiga. Zakat adalah suatu ibadah dimana sebagai seorang muslim wajib memberikan sejumlah uang atau sebagian hartanya kepada golongan yang berhak menerimanya.

Sebagai seorang muslim kita diwajibkan untuk membayar zakat jika sudah memenuhi ketentuan. Perintah menjalankan zakat juga terdapat dalam Al-Quran, yaitu pada Surat Al-Baqoroh Ayat 43 yang artinya: “Dan laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah serta orang yang rukuk.” Serta pada Surat At Taubah Ayat 103 yang artinya: “Ambillah zakat dari mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Allah Maha Mendengar dan Maha Mengetahui.” Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang bercorak sosial-ekonomi dari lima rukun Islam (Ichsan & Dewi, 2021). Menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi orang-orang yang memiliki kemampuan untuk bertindak sesuai dengan syariat Islam. Zakat merupakan suatu ibadah yang wajib dilakukan oleh setiap muslim. Zakat dilakukan dengan membagikan sebagian harta mereka kepada mereka yang berhak menerimanya, dengan mengumpulkan dan mengalokasikan dana yang belum digunakan secara maksimal.

Zakat merupakan rukun penting dalam Islam yang berdimensi ibadah dalam sejarah Islam, Contoh sukses pengelolaan zakat dicontohkan oleh nabi, dan diikuti oleh khalifah al-rasidun, Umar merupakan contoh sukses dalam pengelolaan zakat. sistem pendistribusian zakat yang dilakukan oleh khalifah Umar bin Khattab menggunakan desentralisasi zakat. Hal ini dipilih karena lebih langsung kepada masyarakat di dalamnya yang daerahnya dipungut zakatnya oleh lembaga zakat yang ditunjuk pemerintah. Juga lebih banyak lagi efektif dan efisien untuk dilakukan dibandingkan sentralisasi zakat. Selanjutnya pembagian prioritas sasaran zakat diperbolehkan menurut kondisi dan keadaan mustahik zakat pada a wilayah. Tidak dikenakan pembagian zakat untuk delapan ashnaf atau sebagiannya disesuaikan dengan keadaan mustahik (Aisyah & Ismail, 2019).

Potensi Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) di Indonesia sangat besar dan diyakini dapat menciptakan keadilan distribusi kekayaan masyarakat. Sayangnya, dana ZIS yang berhasil dikumpulkan masih jauh dari potensi yang ada. Oleh karenanya dibutuhkan optimalisasi potensi zakat, salah satunya dengan efisiensi (Akbar, 2009) Zakat dapat diberikan secara langsung kepada mustahiq (orang yang berhak menerimanya) atau melalui lembaga pengelola dana zakat. Indonesia telah memiliki lembaga pengelola dana zakat yang beroperasi dan bertanggung jawab atas pengelolaan dana zakat di Indonesia, yang disebut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Zakat dapat dipandang sebagai cara untuk menunjukkan solidaritas dan kepedulian sosial terhadap sesama muslim dan masyarakat umum. Selain itu, zakat juga dianggap sebagai cara untuk mengurangi perbedaan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan tidak meratanya pembagian pendapatan

menyebabkan banyak masyarakat menjadi kesusahan dalam hal seperti tingkat pendidikan yang rendah, motivasi yang rendah, dan jumlah tanggungan yang banyak, dapat menyebabkan kemiskinan. Zakat memiliki banyak peluang dan potensi untuk terus berkembang dalam upaya mengurangi kemiskinan.

Menurut penelitian ini, kepercayaan terhadap lembaga zakat didefinisikan sebagai keyakinan dan keinginan muzakki untuk menggunakan lembaga zakat dalam memberikan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzakki percaya bahwa lembaga itu profesional, jujur, dan transparan. Oleh karena itu tingkat kepercayaan sangat dibutuhkan lembaga zakat, lembaga zakat yang lebih transparan akan meningkatkan kepercayaan muzakki dalam membayar zakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustina, 2018) Pengetahuan Zakat, Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Tingkat Kepercayaan berpengaruh signifikan Terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan.

Menurut (Subroto, 1987) manusia religius adalah mereka yang struktur pikirannya secara keseluruhan terfokus pada pencipta nilai tertinggi, mutlak, dan memuaskan, yaitu Tuhan. (Gabler & Lamman, 2012) menyatakan bahwa religiusitas merupakan penentu sosial yang penting dalam beramal. Religiusitas berasal dari dalam dan dapat mendorong seseorang untuk beramal dimana tingginya religiusitas masyarakat maka akan meningkatkan intensitas dalam minat berzakat sebaliknya rendahnya religiusitas pada masyarakat akan menurunkan intensitas dalam minat berzakat. (Larasati, 2017) menemukan bahwa kepercayaan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam membayar zakat. Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hastari & Waluyo, 2024) religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat mal. Karena Menurut (Rahmat, 2003) religiusitas adalah suatu keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat pemahamannya terhadap suatu agama. Karena zakat merupakan rukun Islam yang keempat, semakin tinggi religiusitas atau keyakinan seseorang terhadap perintah Allah SWT, maka semakin besar minat hak orang tersebut untuk membayar zakat.

Pendapatan, menurut (Reksoprayitno, 2000) adalah jumlah uang yang diterima seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji, upah, laba, dan berbagai tunjangan. Oleh karena itu, pendapatan seseorang sangat mempengaruhi mereka dalam mengeluarkan uang mereka karena pendapatan memiliki hubungan dengan apakah harta telah memenuhi nishab. (Zaki & Suriani, 2021) menemukan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas tidak signifikan, sedangkan variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat.

Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2023) menemukan bahwa variabel pengetahuan zakat, pendapatan, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Sedangkan variabel kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat profesi.

Memiliki keinginan pada sesuatu adalah definisi minat. Apabila sesuatu yang diminati itu bermanfaat, dapat dirasakan, dan dialami secara nyata, dan jika pihak luar juga mendorong ke arah itu, minat akan muncul dari dalam diri seseorang. Faktor-faktor seperti religiusitas, pendapatan, dan kepercayaan memainkan peran penting dalam menentukan kurangnya minat masyarakat dalam membayar zakat kepada lembaga zakat. Jika dana zakat dikelola dengan lebih profesional, lembaga amal zakat akan menjadi pilihan utama masyarakat untuk berzakat dan mendorong orang lain untuk melakukannya juga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, religiusitas, pendapatan, dan minat masyarakat muslim Pekanbaru untuk membayar zakat di Baznas Kota Pekanbaru, mengingat tingkat pengetahuan masyarakat yang rendah tentang kewajiban membayar zakat, serta kepercayaan mereka terhadap lembaga atau badan penerima zakat.

Kajian Teori

Minat membayar zakat

Secara bahasa, zakat berarti berkembang (*nummuw*) dan bertambah (*zidayah*). Ketika diucapkan, *zaka al-zar* mengartikan bahwa tanaman itu tumbuh dan berkembang. Jika dikatakan zakat *al-nafaqah*, ini berarti nafkah tersebut tumbuh dan bertambah jika diberkati. Sedangkan zakat menurut terminologi syariah berarti hak yang wajib dikeluarkan dari harta (Anshari, 2018).

Dalam istilah fiqih, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk diberikan kepada mereka yang berhak, serta tindakan mengeluarkan jumlah tersebut. Harta yang dikeluarkan disebut zakat karena memberikan tambahan, membuat lebih bermakna, dan melindungi kekayaan dari kerusakan (Ichsan & Dewi, 2021). Zakat memiliki tujuan ekonomi yang penting selain memurnikan jiwa dan harta orang yang membayar zakat. Oleh karena itu, membayar zakat adalah pemenuhan perintah Allah, meskipun tidak ada otoritas zakat di tingkat negara (Sawmar & Mohammed, 2021).

(Yunus, 2016) dalam mazhab Syafi'i, zakat diartikan sebagai bagian tertentu dari harta yang harus diberikan kepada kelompok manusia tertentu setelah memenuhi syarat-syarat tertentu. Fuqaha mazhab Maliki mendefinisikan zakat sebagai pengeluaran sebagian khusus dari harta tertentu yang telah mencapai batas yang mewajibkan zakat kepada penerima yang berhak (*mustahiq*), dengan syarat kepemilikan penuh dan mencapai *hawl* (satu tahun), bukan berupa barang yang bertambah atau hasil pertanian. Pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan, distribusi, serta pemanfaatan zakat. Organisasi pengelola zakat di Indonesia diatur dalam UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999, dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Regulasi ini bertujuan agar organisasi pengelola zakat dapat bekerja secara

profesional, amanah, dan transparan, sehingga dana yang dikelola dapat memberikan dampak positif bagi pemberdayaan dan kesejahteraan umat.

Kepercayaan

Menurut (Mayer et al., 1995) kepercayaan adalah keinginan seseorang untuk pasrah atau menerima tindakan dari pihak lain dengan harapan bahwa pihak tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, meskipun tanpa kemampuan untuk memonitor atau mengendalikan pihak lain tersebut.

(Fahad, 2019) menemukan bahwa kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan zakat mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Kepercayaan dapat dibangun melalui keterbukaan, kejujuran, kompetensi, integritas, akuntabilitas, *sharing*, dan penghargaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumadi & Priliastuti, 2021) kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Kepercayaan mempengaruhi motivasi masyarakat untuk membayar zakat, sedangkan religiusitas mempengaruhi minat warga untuk membayar zakat penghasilan.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dan kepercayaan terhadap keandalan atau integritas seseorang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Kepercayaan dapat dibangun melalui keterbukaan, kejujuran, kompetensi, integritas, akuntabilitas, *sharing*, dan penghargaan. Oleh karena itu, penting bagi lembaga zakat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui praktik yang transparan dan profesional.

H1 : Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

Religiusitas

Menurut (Rahmat, 2003) religiusitas adalah suatu keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat pemahamannya terhadap suatu agama. Karena zakat merupakan rukun Islam yang keempat, semakin tinggi religiusitas atau keyakinan seseorang terhadap perintah Allah SWT, maka semakin besar minat orang tersebut untuk membayar zakat. Ini juga berkaitan dengan sifat zakat itu sendiri, yang merupakan salah satu bentuk ibadah sosial dalam Islam

Religiusitas mencerminkan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan tindakan yang selaras dengan ajaran agama seseorang. Ada lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur religiusitas, yaitu keyakinan dasar (ideologis), praktik agama (ritualistik), pengalaman (eksperiensial), pengetahuan (intelektual), dan pengamalan (konsekuensial) (Ibnunas, 2020) Keyakinan dasar merujuk pada iman kepada Tuhan Yang Maha Esa, para malaikat, dan prinsip-prinsip lainnya dalam rukun iman. Praktik agama mencakup tindakan ritual dalam melaksanakan kewajiban agama, termasuk pelaksanaan rukun Islam. Pengalaman melibatkan perasaan penyesalan saat melanggar ketentuan agama dan dalam interaksi sosial.

Pemahaman berkaitan dengan pengetahuan tentang ajaran agama yang dijalankan. Pengamalan mencakup perasaan yang muncul saat melakukan praktik keagamaan, seperti kebahagiaan dalam mendekati diri kepada Tuhan, khushyuk dalam ibadah, rasa tawakal dalam menjalani kehidupan, dan sebagainya (Partini, 2022).

(Herawati, 2022) religiusitas sangat mempengaruhi budaya beramal di Indonesia, dengan zakat mendukung filantropi untuk bekerja lebih. Zakat didefinisikan sebagai pemberian kepada yang membutuhkan dan sebagai kewajiban dalam agama bagi semua Muslim yang memenuhi syarat. (Fery, 2017) menemukan bahwa religiusitas dan reputasi lembaga zakat mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Faktor religiusitas berpengaruh pada minat membayar zakat, sedangkan reputasi lembaga zakat mempengaruhi niat membayar zakat melalui lembaga amil zakat. Semakin tinggi tingkat religiusitas, maka akan semakin tinggi minat masyarakat dalam membayar zakat.

Religiusitas terlihat mempengaruhi minat masyarakat dalam berzakat. Religiusitas dapat meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat, terutama jika lembaga zakat memiliki reputasi yang baik dan transparansi yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi lembaga zakat untuk meningkatkan kepercayaan dan reputasi melalui praktik yang transparan dan profesional.

H2 : Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

Pendapatan

Menurut (Sukirno, 1997) pendapatan adalah imbalan atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga atau sektor perusahaan, yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga, dan keuntungan/profit. Menurut (Ahmadi, 2004) minat adalah perhatian yang muncul dari dalam diri seseorang, melibatkan aspek kognisi, konasi, dan emosi. Dengan demikian, minat dapat menyebabkan perhatian terhadap suatu objek dan menghasilkan perasaan kuat untuk memilih atau menyukai objek tersebut.

(Kartika, 2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Salatiga melalui kesadaran sebagai variabel intervening. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka akan semakin tinggi tingkat kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar zakat. (Sumadi & Priastuti, 2021b) menemukan bahwa pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Pendapatan berpengaruh secara positif terhadap minat membayar zakat, sedangkan kepercayaan dan religiusitas juga mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. (Kartika, 2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di LAZ Al Azhar. Pendapatan mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat melalui kesadaran sebagai variabel intervening.

Dalam beberapa penelitian, pendapatan terlihat mempengaruhi minat masyarakat dalam berzakat. Pendapatan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar zakat, sehingga masyarakat yang memiliki

pendapatan lebih tinggi cenderung lebih sadar dan lebih berminat membayar zakat. Oleh karena itu, penting bagi lembaga zakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui praktik yang transparan dan profesional.

H3 : Pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

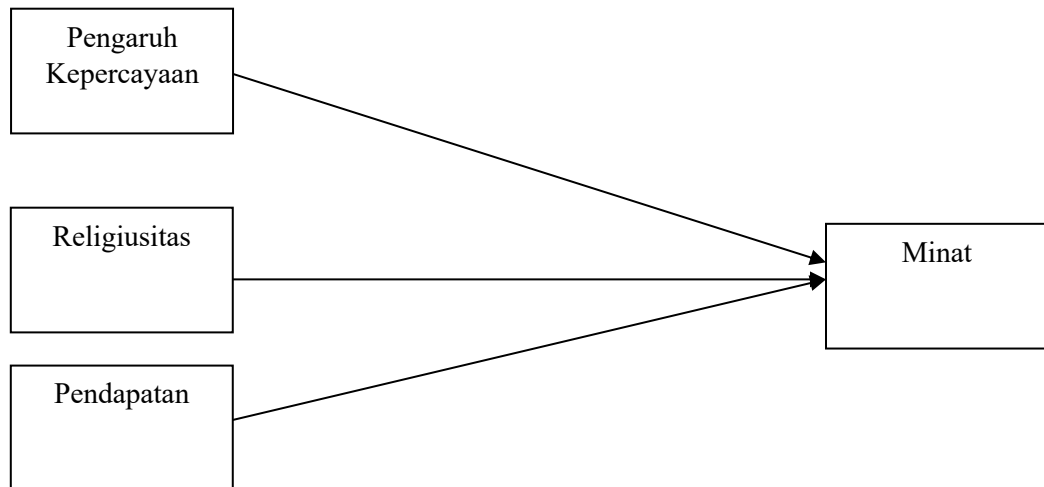
METODE PENELITIAN

Penelitian ini berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, religiusitas, pendapatan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim kota Pekanbaru. metode yang digunakan adalah kuesioner/angket (Sugiyono, 2018). Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan menguji teori, mengungkap fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, serta memperkirakan dan meramalkan hasilnya (Musianto, 2002). Populasi penelitian ini terdiri dari calon pembayar zakat yang ada di Kota Pekanbaru. Sampel diambil dengan metode acak sederhana, dengan total responden sebanyak 114 responden masyarakat Pekanbaru. Metode analisis data yang digunakan adalah PLS SEM.

Pengukuran dalam penelitian ini dilakukan menggunakan skala Likert. Skala ini digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Dalam skala Likert, variabel yang diukur diuraikan menjadi indikator-indikator yang relevan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan skala 1 hingga 6, di mana angka 1 menunjukkan tingkat kesetujuan yang sangat rendah dan angka 6 menunjukkan tingkat kesetujuan yang sangat tinggi, dengan kategori seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, agak setuju, setuju, dan sangat setuju. Total responden dalam penelitian ini adalah 114 orang, yang merupakan sampel dari masyarakat muslim Kota Pekanbaru.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS). Metode ini, yang dikenal sebagai Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0 untuk menganalisis data dan memodelkan hubungan antara variabel laten (Evi & Rachbini, 2022). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua bagian utama: model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran menjelaskan bagaimana variabel yang diamati merepresentasikan variabel laten yang diukur, sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan hubungan estimasi antara variabel laten atau konstruk yang ada. Dengan kata lain, model pengukuran membantu memahami hubungan antara variabel observasi dengan variabel laten, sementara model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten itu sendiri (Ghozali, I., & Latan, 2020).

Kerangka penelitian menggunakan SEM-PLS pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

H1 : kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

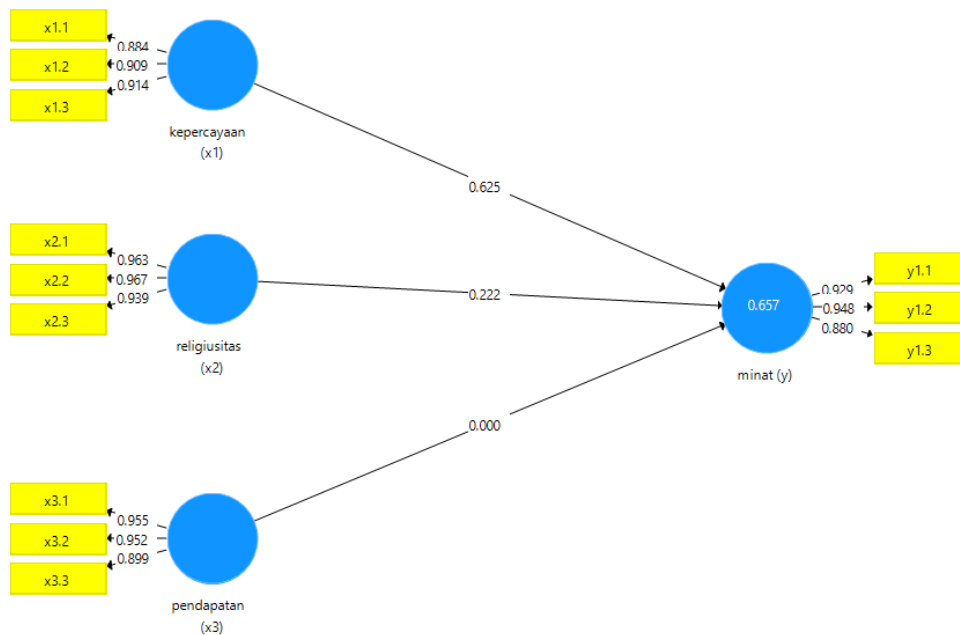
H2 : Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

H3 : Pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat masyarakat muslim Kota Pekanbaru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas konvergen

Uji validitas konvergen, yang juga dikenal sebagai validitas bersamaan, dilakukan untuk mengevaluasi seberapa baik pengukuran dapat membedakan individu berdasarkan penilaian berbeda dalam kuesioner. Langkah-langkah yang perlu dilakukan meliputi beberapa aspek penting. Pertama, nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk harus lebih dari 0,7. Jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7, ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki validitas konvergen yang tinggi (Ghozali, 2016). Kedua, Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Jika nilai AVE melebihi 0,5, ini menandakan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikator, memperkuat validitas konvergen (Hair et al., 2017). Ketiga, nilai *cross loading* harus lebih kecil dari nilai *loading factor*. Ketika *cross loading* lebih rendah, hal ini menegaskan bahwa indikator tersebut memiliki validitas konvergen yang kuat (Chin & Todd, 1995). Terakhir, nilai *composite reliability* harus lebih dari 0,7. Jika *composite reliability* melebihi angka tersebut, reliabilitas konstruk dianggap sangat tinggi, menunjukkan konsistensi internal yang kuat dari konstruk yang diukur (Ghozali, 2016).



Gambar 2. Kerangka Model

Pada penelitian ini, seperti yang terlihat pada Gambar 1, seluruh indikator melebihi nilai minimum 0,70 atau > 0,70. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *outer loadings* memiliki validitas yang tinggi. Selanjutnya, uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu cronbach's alpha dan *composite reliability*. Cronbach's alpha mengukur batas bawah reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur reliabilitas sebenarnya dari konstruk tersebut. *Composite reliability* dianggap lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Aturan praktis yang digunakan adalah nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7, serta nilai cronbach's alpha juga harus melebihi 0,7 (Ghozali, 2016).

Tabel 1. Uji Diskriminan Validitas dan Reliabilitas Komposit

Variable	Code	Loadings	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Kepercayaan (x1)	X1_1	0.884	0,886	0,929	0,815
	X1_2	0.909			
	X1_3	0.914			
Religiusitas (x2)	X2_1	0.963	0,953	0,970	0,914
	X2_2	0.967			
	X2_3	0.939			
Pendapatan (x3)	X3_1	0.955	0,929	0,955	0,876

	X3_2	0.952			
	X3_3	0.899			
Minat (Y)	Y1.1	0.929	0,908	0,943	0,846
	Y1.2	0,948			
	Y1.3	0,880			

Dari tabel 1, terlihat bahwa semua nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk indikator-indikator menunjukkan angka lebih dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa validitas konvergen yang memadai telah tercapai, yang berarti bahwa satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi indikator-indikatornya secara rata-rata. (Ghozali, 2016). Nilai *Composite Reliability* menunjukkan lebih dari 0,7. Ini berarti bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi standar *composite reliability* dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Karena nilai *composite reliability* lebih dari 0,7, variabel-variabel tersebut dianggap konsisten. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha (CA) yang lebih dari 0,7 mengindikasikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner adalah andal (*reliable*). Sebuah instrumen penelitian dianggap andal jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60. (Ghozali, 2016).

Inner model

Tabel 2. Uji Diskriminan Validitas dan Reliabilitas Komposit

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Minat Beli	0,657	0,648

Tabel 3. Uji Diskriminan Validitas dan Reliabilitas Komposit

Model	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Kesimpulan
Kepercayaan → Minat Zakat	0.595	4.654	0.000	Kuat
Religiusitas → Minat Zakat	0.222	2.020	0.044	Kuat
Pendapatan → Minat Zakat	0.286	2.056	0.002	Kuat

Inner model adalah bagian dari analisis struktural yang bertujuan untuk memprediksi hubungan sebab-akibat antara variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Model struktural, atau *inner model*, menggambarkan

hubungan sebab-akibat antara variabel laten yang dibentuk berdasarkan teori yang mendasarinya. Pengujian model struktural dilakukan dengan prosedur *Bootstrapping* pada perangkat lunak SMART PLS. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menilai hubungan antar konstruk laten. Salah satu pengujian dalam model struktural adalah R Square pada konstruk endogen, yang digunakan untuk mengukur sejauh mana konstruk endogen dapat dijelaskan oleh variabel laten lainnya dalam model (Sekaran & Bougie, 2016). Nilai R Square adalah koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa besar variabilitas pada konstruk endogen dapat dijelaskan oleh variabel laten lainnya dalam model. Interpretasi umumnya adalah sebagai berikut: nilai R Square sebesar 0,67 dianggap menunjukkan hubungan yang kuat, nilai 0,33 menunjukkan hubungan yang sedang, dan nilai 0,19 menunjukkan hubungan yang lemah. Estimasi Koefisien Jalur mengacu pada nilai koefisien jalur atau besarnya pengaruh antara konstruk laten. Proses estimasi ini dilakukan dengan menggunakan prosedur *Bootstrapping* untuk mendapatkan estimasi yang lebih andal dan akurat (Chin, 1998).

Dalam penelitian ini, pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai R Square untuk minat beli adalah 0,657, yang menunjukkan hubungan yang kuat. Nilai R Adjusted sebesar 0,648 menunjukkan bahwa sekitar 64,8% variabilitas dalam minat beli dapat dijelaskan oleh variabel laten lain dalam model, sedangkan 35,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Langkah selanjutnya adalah menganalisis koefisien jalur untuk memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut. Dalam uji hipotesis, evaluasi didasarkan pada nilai koefisien jalur dan T-statistic. Hipotesis dapat diterima jika nilai T-statistic melebihi 1,96 (Ghozali & Latan, 2015).

Berdasarkan tabel 3, dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kepercayaan (X1) terhadap minat zakat (Y), yang ditunjukkan dengan nilai T-statistic sebesar 4,654 melebihi nilai 1,96. *Original sample* menunjukkan koefisien sebesar 0,595 dengan arah positif, dan nilai p-value sebesar 0,000 yang menyiratkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat berzakat pada masyarakat Kota Pekanbaru. Selanjutnya, nilai T-statistic untuk variabel religiusitas (X2) terhadap minat zakat adalah 2,020 juga melebihi nilai 1,96. *Original sample* menunjukkan koefisien sebesar 0,222 dengan arah positif, dan nilai p-value sebesar 0,044 yang menunjukkan bahwa religiusitas juga berpengaruh terhadap minat berzakat pada masyarakat Kota Pekanbaru. Selain itu, nilai T-statistic untuk variabel pendapatan (X3) terhadap minat berzakat adalah 2,056, yang juga melebihi nilai 1,96. *Original sample* menunjukkan koefisien sebesar 0,286 dengan arah positif, dan nilai p-value sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan juga memiliki pengaruh terhadap minat berzakat pada masyarakat Kota Pekanbaru.

Uji Hipotesis

Hipotesis 1 : pengaruh kepercayaan terhadap minat zakat

Dari hasil pengujian di atas, kepercayaan memiliki nilai *T-statistic* sebesar 4,654 yang melebihi nilai kritis 1,96. Selain itu, nilai *p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam minat berzakat bagi masyarakat Kota Pekanbaru. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fahad, 2019) menemukan bahwa kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan zakat mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Kepercayaan dapat dibangun melalui keterbukaan, kejujuran, kompetensi, integritas, akuntabilitas, *sharing*, dan penghargaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumadi & Priiliastuti, 2021) kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Kepercayaan mempengaruhi motivasi masyarakat untuk membayar zakat, sedangkan religiusitas mempengaruhi minat warga untuk membayar zakat penghasilan

Hipotesis 2 :Religiusitas terhadap minat zakat

Dari hasil pengujian di atas, religiusitas memiliki nilai *T-statistic* sebesar 2,020 yang melebihi nilai kritis 1,96. Selain itu, nilai *p-value* sebesar 0,044. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa religiusitas memainkan peran penting dalam minat berzakat bagi masyarakat Kota Pekanbaru. (Herawati, 2022) religiusitas sangat mempengaruhi budaya beramal di Indonesia, dengan zakat mendukung filantropi untuk bekerja lebih. Zakat didefinisikan sebagai pemberian kepada yang membutuhkan dan sebagai kewajiban dalam agama bagi semua Muslim yang memenuhi syarat. (Fery, 2017) menemukan bahwa religiusitas dan reputasi lembaga zakat mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Faktor religiusitas berpengaruh pada minat membayar zakat, sedangkan reputasi lembaga zakat mempengaruhi niat membayar zakat melalui lembaga amal zakat. Semakin tinggi tingkat religiusitas, maka akan semakin tinggi minat masyarakat dalam membayar zakat.

Hipotesis 3 : pendapatan terhadap minat zakat

Dari hasil pengujian di atas pendapatan memiliki dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,056 melebihi 1,96. serta nilai dari *p-value* sebesar 0,002 sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya pendapatan yang akan mempengaruhi nishab seorang muzakki dalam berzakat mal. (Kartika, 2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Salatiga melalui kesadaran sebagai variabel intervening. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka akan semakin tinggi tingkat kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar zakat. (Sumadi & Priiliastuti, 2021) menemukan bahwa pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Pendapatan berpengaruh secara positif terhadap minat membayar zakat, sedangkan kepercayaan dan religiusitas juga mempengaruhi minat masyarakat

dalam membayar zakat. (Kartika, 2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di LAZ Al Azhar. Pendapatan mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat melalui kesadaran sebagai variabel *intervening*.

Kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat masyarakat Muslim dalam membayar zakat. Kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola zakat meningkatkan keyakinan bahwa dana zakat akan dikelola dengan baik, transparan, dan sesuai syariat, sehingga masyarakat lebih termotivasi untuk menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut. Selain itu, keyakinan bahwa zakat dapat membawa manfaat signifikan bagi penerima serta membersihkan harta dan membawa berkah bagi pemberi juga meningkatkan minat berzakat. Religiusitas yang tinggi sering kali berkaitan dengan kepatuhan yang lebih besar terhadap ajaran agama, termasuk kewajiban berzakat. Masyarakat Muslim yang taat cenderung lebih sadar akan pentingnya zakat sebagai salah satu rukun Islam dan merasa bertanggung jawab untuk melaksanakannya. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi juga memiliki kesadaran yang lebih besar tentang manfaat spiritual dan sosial dari zakat. Sementara itu, pendapatan yang lebih tinggi memberikan kemampuan finansial yang lebih besar untuk membayar zakat. Sesuai dengan konsep zakat, orang yang memiliki harta melebihi nisab berkewajiban untuk membayar zakat, sehingga semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka memenuhi syarat untuk berzakat. Secara keseluruhan, kepercayaan meningkatkan keyakinan dalam pengelolaan zakat, religiusitas menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap ajaran agama, dan pendapatan menentukan kemampuan finansial untuk memenuhi kewajiban zakat, sehingga ketiga faktor ini saling berkaitan dalam mempengaruhi minat masyarakat Muslim untuk membayar zakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan memiliki peran yang signifikan. Kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, seperti BAZNAS, terbukti meningkatkan minat masyarakat untuk berzakat dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Selain itu, tingkat religiusitas individu juga memainkan peran penting, di mana semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar minat mereka untuk melaksanakan kewajiban zakat. Pendapatan juga mempengaruhi kemampuan individu untuk membayar zakat dan kesadaran mereka terhadap perintah agama.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan studi kualitatif yang mendalam untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai motivasi dan persepsi individu dalam membayar zakat. Melibatkan faktor-faktor tambahan seperti pendidikan, pengalaman, dan faktor budaya dalam analisis juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, mempertimbangkan pengaruh kebijakan publik terkait pengelolaan zakat serta

melakukan penelitian komparatif antar wilayah atau negara dengan konteks sosial dan ekonomi yang berbeda juga akan memberikan wawasan yang lebih luas. Selanjutnya, meningkatkan literasi zakat di kalangan masyarakat melalui kampanye edukasi dan program pelatihan juga menjadi strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi dalam pembayaran zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2018). Analisis Pengaruh Tingkat Pengetahuan Zakat, Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Tingkat Kepercayaan Kepada Baznas (Badan Amil Zakat Nasional) Terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan. *Uniska*.
- Ahmadi, A. (2004). Psikologi Pendidikan, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aisyah, S., & Ismail, N. (2019). The Distribution of Zakat at The Time of Caliph Umar ibn Khattab. *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, 3(2). <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v3i2.3908>
- Akbar, N. (2009). Analisis Efisiensi Organisasi Pengelola Zakat Nasional Dengan Pendekatan Data. 4(2), 760–784.
- Anshari, A. (2018). Studi Ayat-Ayat Zakat sebagai Instrumen Ekonomi Islam dalam Tafsir Al Misbah. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 1(1), 57–71.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution. *MIS Quarterly*, 237–246.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. tahta media group.
- Fahad, M. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan terhadap Baznas, Pendapatan dan Pengetahuan terhada Minat Masyarakat Membayar Zakat Mal di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 5.
- Fery, S. (2017). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Gabler, & Lamman. (2012). *Determinants of charitble giving : a riview of literature. Fraser Forum*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empir*.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*, 290.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107–123.
- HASTARI, A. S., & Waluyo, W. (2024). *PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT MAAL*. UIN Surakarta.
- Herawati, E. (2022). *Pengaruh religiusitas terhadap minat berzakat di laz al azhar*.
- Ibnunas, B. G. (2020). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada CNI Street Food di Jakarta Barat)*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ichsan, M., & Dewi, E. (2021). ANALISIS PENDAPAT YUSUF QARDHAWI MENGENAI ZAKAT KEKAYAAN INVESTASI. *Islamic Circle*, 2(1), 101–117.
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Larasati, F. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)*. STIE Perbanas Surabaya.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 123–136.
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, dan Religiusitas terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 1–11.
- Rahayu, S., Yudi, Y., Rahayu, R., & Luthfi, M. (2023). The relationship of balanced scorecard perspectives and government organization performance measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(7), 1881–1902.
- Rahmat. (2003). *Psikologis Agama*. PT.Mizan Pustaka.
- Reksoprayitno, S. (2000). *Ekonomi Makro (Pengantar Analisis Pendapatan Nasional)*,

Edisi Kelima. *Cetakan Kedua*.

- Sawmar, A. A., & Mohammed, M. O. (2021). Enhancing zakat compliance through good governance: a conceptual framework. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 13(1), 136–154.
- Sekaran, U. & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Inc. New York, US.
- Subroto, A. D. (1987). *Orientasi Nilai Orang Jawa Serta Ciri-Ciri Kepribadiannya Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1987*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukirno, S. (1997). Pengantar Teori Mikro Ekonomi, PT. *Rajawali Grafindo Persada, Jakarta*.
- Sumadi, S., & Priastuti, D. (2021a). Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 1(1), 12–24.
- Sumadi, S., & Priastuti, D. (2021b). Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.53088/jerps.v1i1.43>
- Yunus, M. (2016). *Analisis pengaruh kepercayaan, religiusitas dan kontribusi terhadap minat pedagang mengeluarkan zakat di baitul mal (studi kasus pada pedagang pasar los lhokseumawe)*. Pascasarjana Uin-Su.
- Zaki, A., & Suriani, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, Dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Baitul Mal Aceh Selatan. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec*, 7(1), 113–125.