

Faktor-Faktor Preferensi Muzaki dalam Menyalurkan Dana Zakat Melalui Baznas Kabupaten Garut

Hendra¹, Oktri Mohammad Firdaus², Ijudin³

^{1, 2}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Garut

³Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Garut

¹ubaydillahhendra@gmail.com

²oktri.firdaus@uniga.ac.id

³ijudin@uniga.ac.id

Abstrak

Zakat merupakan instrumen zakat untuk mewujudkan ekonomi berkeadilan tidak berjalan sebagaimana mestinya dan pengumpulan zakat di lembaga-lembaga penghimpunan zakat tidak ideal instrumen zakat untuk mewujudkan ekonomi. Hal ini karena pengetahuan masyarakat tentang sumber-sumber yang harus dikeluarkan Zakat hanya terfokus pada sumber-sumber tradisional, meskipun hal ini. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang zakat mempengaruhi penghimpunan dana zakat di lembaga keluarga. Oleh karena itu diperlukan lembaga atau lembaga masyarakat untuk dapat membantu. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemahaman masyarakat tentang konsep zakat kini telah berkembang dalam bentuk yang berjanji untuk membayar zakat, membayar zakat secara langsung tanpa perantara Amil menerima zakat (Mustahiq). diteruskan. Hal seperti ini masih berkembang di masyarakat. Pada dasarnya tidak dilarang untuk mengarahkan zakat kepada mustahiq, namun mengingat tujuan zakat yaitu upaya mengentaskan kemiskinan, maka tidak terpenuhi. Efek pendistribusian zakat tersebut hanya berumur pendek, sehingga tujuan utama zakat, mengubah mustahik menjadi muzakki, sulit tercapai. Oleh karena itu, penyaluran zakat melalui Amil sangat penting agar sejalan dengan visi dan misi zakat serta berhasil. Dalam hal ini Amil Zakat diangkat dan diangkat oleh penguasa atau pemerintah, sehingga tidak ada yang bisa menjadi Amil. Beberapa syarat Amil adalah Muslim, kedewasaan, kejujuran, amanah, pengetahuan Fiqh Zakat, dan kekuatan fisik dan mobilitas yang tinggi. Peluang zakat di Indonesia sangat besar. Arifin Purwanto, General Manager BAZNAS, mengatakan dalam siaran langsung IDN Times pada 15 Juni 2020, potensi Zakat sebesar Rp 330 triliun. Berdasarkan terlihat yang cukup signifikan dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Akan tetapi, jika merujuk pada potensi yang ada, perolehan tersebut masih sangat jauh dari potensi pengumpulan zakat di Kabupaten Garut.

Keywords: Baznas, Minat Zakat, Pengelolaan Zakat, Preferensi.

1. Pendahuluan

Meski telah memiliki legalitas hukum dan diakui secara resmi oleh Pemerintah Daerah, Baznas Kabupaten Garut tetap harus terus meningkatkan kualitas daya saing guna membentangkan sayapnya untuk menjadi lembaga pengelola zakat yang senantiasa membantu mensejahterakan masyarakat menengah kebawah. Selain itu, dengan adanya lembaga amil zakat lain selain Baznas

di Kabupaten Garut menjadikan Baznas juga memiliki mitra sekaligus pesaing dalam menghimpun dana zakat di Kabupaten Garut. Upaya peningkatan daya saing tersebut senantiasa terus dilakukan oleh Baznas dengan berbagai cara, diantaranya dengan melaksanakan berbagai pelatihan amil, penggunaan teknologi, dan peningkatan akuntabilitas Baznas Kabupaten Garut. Salah satu potensi zakat yang besar ada di lingkungan ASN Kabupaten Garut yang tersebar di seluruh SKPD Kabupaten Garut. Jumlah ASN di Kabupaten Garut tahun 2017 yang terupdate pada website BPS sebanyak 16.312, jika diperkirakan terhadap rasio pengumpulan zakat ada di angka hampir 3 milyar/bulannya, yang artinya mencapai 36 milyar/tahun. Jika dibandingkan antara pengumpulan 1 tahun Baznas Kabupaten Garut pada tahun 2020 berkisar Rp 8.234.277.465 dengan potensi pengumpulan tahun 2020 sebesar Rp 36.000.000.000. Itu berarti hanya 23 % ($\text{Rp } 8.234.277.465 / \text{Rp } 36.000.000.000 \times 100\%$) dari. Perhitungan tersebut hanya diambil dari potensi ASN yang ada di lingkungan SKPD Kabupaten Garut, belum mencakup perhitungan masyarakat umum yang sudah dapat dipastikan lebih besar dari potensi ASN.

Kecenderungan adalah gagasan teoritis yang menggambarkan panduan perluasan pemenuhan dengan perpaduan tenaga kerja dan produk sebagai pernyataan selera individu. Pada akhirnya, kecenderungan pelanggan adalah gambaran perpaduan tenaga kerja dan produk yang disukai pembeli setiap kali mereka menawarkan kesempatan untuk mendapatkannya (Simamora, 2002). Rekomendasi juga diartikan sebagai tingkat simpati terhadap produk dan bisa karena berbagai alasan seperti: B. pengalaman sebelumnya dan juga kepercayaan yang diwariskan, dibentuk oleh cara berpikir konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan pembeli, khususnya: Atribut, Minat, Keyakinan dan Pemenuhan (Simamora, 2002). Sikap adalah keputusan mencerminkan bagaimana perasaan seseorang atau menikmati apa yang mereka lakukan. Namun, tidak karena waktu, pendapatan dan banyak faktor lainnya membatasi pilihan mereka (Ekachaeryanti, 2020). Agak yang merupakan asal kata untuk preferensi kecenderungan seseorang untuk memilih 1 perkara yang artinya kesukaan (Simamora, 2002). Teori preferensi juga dikaji dari perspektif Islam, dimana konsumen terhadap pembelian. Jika atau aset karena paling penting adalah penggunaannya, yang haus berorientasi nilai-nilai bermanfaat yang bermanfaat bagi (Kinanti, Imani, Hasanah, & Asyaria, 2021).

2. Tinjauan Pustaka

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preperensi Muzaki Membayar Zakat

Kecenderungan adalah gagasan teoritis yang menggambarkan panduan perluasan pemenuhan dengan perpaduan tenaga kerja dan produk sebagai pernyataan selera individu. Pada akhirnya, kecenderungan pelanggan adalah gambaran perpaduan tenaga kerja dan produk yang disukai pembeli setiap kali mereka menawarkan kesempatan untuk mendapatkannya (Simamora, 2002). Rekomendasi juga diartikan sebagai tingkat simpati terhadap produk dan bisa karena berbagai alasan seperti: B. pengalaman sebelumnya dan juga kepercayaan yang diwariskan, dibentuk oleh cara berpikir konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan pembeli, khususnya: Atribut, Minat, Keyakinan dan Pemenuhan (Simamora, 2002). Sikap adalah keputusan mencerminkan bagaimana perasaan seseorang atau menikmati apa yang mereka lakukan. Namun, tidak karena waktu, pendapatan dan banyak faktor lainnya membatasi pilihan mereka (Ekachaeryanti, 2020). Agak yang merupakan asal kata untuk preferensi kecenderungan seseorang untuk memilih 1 perkara yang artinya kesukaan (Simamora, 2002). Teori preferensi juga dikaji dari perspektif Islam, dimana konsumen terhadap pembelian. Jika atau aset karena paling penting adalah penggunaannya, yang haus berorientasi nilai-nilai bermanfaat yang bermanfaat bagi (Kinanti, Imani, Hasanah, & Asyaria, 2021).

b. Religiusitas

Berdasarkan teori Fetzer (Pratiwi, 2017), pengertian religiusitas pemeluknya harus mengikuti ajaran masing-masing agama. Mewujudkan cita-cita nasional membangun masyarakat material dan spiritual yang baik, pemerintah terus berupaya untuk mewujudkan cita-cita tersebut, yang meliputi pengembangan bidang keagamaan, yang dapat digunakan untuk membersihkan harta muzakki, yang disalurkan kepada para penerima zakat (mustahiq), sehingga zakat tidak hanya dapat membantu Keuangan Mustahiq, tetapi juga juga dapat menjadi alat untuk mengelola keuangan publik. Pada dasarnya tujuan utama zakat dalam jangka panjang adalah untuk menerima muzak dari mustahiq.

c. Altruisme

Altruisme juga didefinisikan sebagai minat tanpa pamrih dalam membantu seseorang (Santrock, 2002). Altruisme mempengaruhi partisipasi seseorang dalam berzakat, sehingga altruisme dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk membayar zakat. Dimensi altruisme termasuk misempati, keyakinan pada kata adil (belief in the justice of the world), tanggung jawab, pengendalian diri dan ego (Myers & Dewall, 2018). Didin Hafidhudin dalam bukunya mengatakan bahwa instrumen zakat untuk mewujudkan ekonomi berkeadilan tidak berjalan sebagaimana mestinya dan pengumpulan zakat di lembaga-lembaga penghimpunan zakat tidak ideal. Hal ini karena pengetahuan masyarakat tentang sumber-sumber yang harus dikeluarkan Zakat hanya terfokus pada sumber-sumber tradisional, meskipun hal ini (Hafidhudin, 2006).

d. Organisasi

Menurut Philip Kotler (dharma, 2017), konsumen harus melalui beberapa tahapan, dalam hal ini muzaki (orang yang memberikan zakat) untuk membentuk preferensi. Proses evaluasi konsumen untuk membentuk preferensi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Asumsikan Satu Set Atribut. Misalnya, Adalah, Gaya, Dan Fitur Yang Signifikan.
- 2) Fungsi Tersebut Tergantung Tiap Individu. Menempatkan Nilai Yang Berbeda Saat Mengevaluasi Karakteristik Mana Yang Paling Penting. Konsumen Dengan Daya Beli Terbatas Cenderung Mempertimbangkan Harga Sebagai Fitur Utama.
- 3) Konsumen Mengembangkan Keyakinan Yang Berbeda Tentang Pentingnya Setiap Atribut Produk.
- 4) Fitur Yang Berbeda Dan Produk Bervariasi Akan Memuaskan Konsumen. Melalui Proses Evaluasi rakyat memperoleh sikap terhadap produk yang berbeda.

e. Kepercayaan

Kepercayaan pemeluknya harus mengikuti ajaran masing-masing agama. Mewujudkan cita-cita nasional membangun masyarakat material dan spiritual yang baik, pemerintah terus berupaya untuk mewujudkan cita-cita tersebut, yang meliputi pengembangan bidang keagamaan. yang dapat digunakan untuk membersihkan harta muzakki, yang disalurkan kepada para penerima zakat (mustahiq), sehingga zakat tidak hanya dapat membantu Keuangan Mustahiq, tetapi juga juga dapat menjadi alat untuk mengelola keuangan publik. Pada dasarnya tujuan utama zakat dalam jangka panjang adalah untuk menerima muzak dari mustahiq.

f. Teknologi

juga didefinisikan sebagai minat tanpa pamrih dalam membantu seseorang (Santrock, 2002). Altruisme mempengaruhi partisipasi seseorang dalam berzakat, sehingga altruisme dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk membayar zakat. Dimensi altruisme termasuk misempati, keyakinan pada kata adil (belief in the justice of the world), tanggung jawab, pengendalian diri dan ego (Myers & Dewall, 2018). juga didefinisikan sebagai minat tanpa pamrih dalam membantu seseorang (Santrock, 2002). Altruisme mempengaruhi partisipasi seseorang dalam berzakat, sehingga altruisme dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk membayar zakat. Dimensi altruisme termasuk misempati, keyakinan pada kata adil (belief in the justice of the world), tanggung jawab, pengendalian diri dan ego (Myers & Dewall, 2018). juga didefinisikan sebagai minat tanpa pamrih dalam membantu seseorang (Santrock, 2002). Altruisme mempengaruhi partisipasi seseorang dalam berzakat, sehingga altruisme dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk membayar zakat. Dimensi altruisme termasuk misempati, keyakinan pada kata adil (belief in the justice of the world), tanggung jawab, pengendalian diri dan ego (Myers & Dewall, 2018).

g. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan juga didefinisikan sebagai minat tanpa pamrih dalam membantu seseorang (Santrock, 2002). Altruisme mempengaruhi partisipasi seseorang dalam berzakat, sehingga altruisme dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk membayar zakat. Dimensi altruisme termasuk misempati, keyakinan pada kata adil (belief in the justice of the world), tanggung jawab, pengendalian diri dan ego (Myers & Dewall, 2018).

h. Minat Muzaki Membayar Zakat

Meski telah memiliki legalitas hukum dan diakui secara resmi oleh Pemerintah Daerah, Baznas Kabupaten Garut tetap harus terus meningkatkan kualitas daya saing guna membentangkan sayapnya untuk menjadi lembaga pengelola zakat yang senantiasa membantu mensejahterakan masyarakat menengah kebawah. Selain itu, dengan adanya lembaga amal zakat lain selain Baznas di Kabupaten Garut menjadikan Baznas juga memiliki mitra sekaligus pesaing dalam menghimpun dana zakat di Kabupaten Garut. Upaya peningkatan daya saing tersebut senantiasa terus dilakukan oleh Baznas dengan berbagai cara, diantaranya dengan melaksanakan berbagai pelatihan amal, penggunaan teknologi, dan peningkatan akuntabilitas Baznas Kabupaten Garut. Salah satu potensi zakat yang besar ada dilingkungan ASN Kabupaten Garut yang tersebar di seluruh SKPD Kabupaten Garut. Jumlah ASN di Kabupaten Garut tahun 2017 yang terupdate pada website BPS sebanyak 16.312, jika diperkirakan terhadap rasio pengumpulan zakat ada di angka hampir 3 milyar/bulannya, yang artinya mencapai 36 milyar/tahun. Jika dibandingkan antara pengumpulan 1 tahun Baznas Kabupaten Garut pada tahun 2020 berkisar Rp 8.234.277.465 dengan potensi pengumpulan tahun 2020 sebesar Rp 36.000.000.000. Itu berarti hanya 23 % ($Rp\ 8.234.277.465 / Rp\ 36.000.000.000 \times 100\%$) dari. Perhitungan tersebut hanya diambil dari potensi ASN yang ada di lingkungan SKPD Kabupaten Garut, belum mencakup perhitungan masyarakat umum yang sudah dapat dipastikan lebih besar dari potensi ASN. Meski telah memiliki legalitas hukum dan diakui secara resmi oleh Pemerintah Daerah, Baznas Kabupaten Garut tetap harus terus meningkatkan kualitas daya saing guna membentangkan sayapnya untuk menjadi lembaga pengelola zakat yang senantiasa membantu mensejahterakan masyarakat menengah kebawah. Selain itu, dengan adanya lembaga amal zakat lain selain Baznas di Kabupaten Garut menjadikan Baznas juga memiliki mitra sekaligus pesaing dalam menghimpun dana zakat di Kabupaten Garut. Upaya peningkatan daya saing tersebut senantiasa terus dilakukan

oleh Baznas dengan berbagai cara, diantaranya dengan melaksanakan berbagai pelatihan amil, penggunaan teknologi, dan peningkatan akuntabilitas Baznas Kabupaten Garut. Salah satu potensi zakat yang besar ada dilingkungan ASN Kabupaten Garut yang tersebar di seluruh SKPD Kabupaten Garut. Jumlah ASN di Kabupaten Garut tahun 2017 yang terupdate pada website BPS sebanyak 16.312, jika diperkirakan terhadap rasio pengumpulan zakat ada di angka hampir 3 milyar/bulannya, yang artinya mencapai 36 milyar/tahun. Jika dibandingkan antara pengumpulan 1 tahun Baznas Kabupaten Garut pada tahun 2020 berkisar Rp 8.234.277.465 dengan potensi pengumpulan tahun 2020 sebesar Rp 36.000.000.000. Itu berarti hanya 23 % ($\text{Rp } 8.234.277.465 / \text{Rp } 36.000.000.000 \times 100\%$) dari. Perhitungan tersebut hanya diambil dari potensi ASN yang ada di lingkungan SKPD Kabupaten Garut, belum mencakup perhitungan masyarakat umum yang sudah dapat dipastikan lebih besar dari potensi ASN.

3. Metodologi

Metode yang digunakan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjabarkan hasil analisis Kabupaten Garut. Analisis deskriptif yaitu analisis yang bertujuan untuk mengungkapkan permasalahan dengan menggambarkan dan menginterpretasikan objek serta bertujuan untuk mengungkapkan permasalahan, mengkajinya, menganalisa yang menjadi fokus permasalahan serta mencari jawaban dan pemecahan masalah dari permasalahan tersebut

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

a. Hasil Uji Kualitas Data

acuan, atau keadaan pikiran, kegigihan pemikiran yang memberikan jawaban atas masalah yang diteliti, atau penalaran ilmiah yang digunakan bersama dengan teori dan konsep yang relevan sebagai kerangka acuan pemikiran. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada preferensi muzakki dalam penyaluran zakat melalui Baznas Kabupaten Garut agar peneliti dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi muzaki tersebut. acuan, atau keadaan pikiran, kegigihan pemikiran yang memberikan jawaban atas masalah yang diteliti, atau penalaran ilmiah yang digunakan bersama dengan teori dan konsep yang relevan sebagai kerangka acuan pemikiran. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada preferensi muzakki dalam penyaluran zakat melalui Baznas Kabupaten Garut agar peneliti dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi muzaki tersebut. acuan, atau keadaan pikiran, kegigihan pemikiran yang memberikan jawaban atas masalah yang diteliti, atau penalaran ilmiah yang digunakan bersama dengan teori dan konsep yang relevan sebagai kerangka acuan pemikiran. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada preferensi muzakki dalam penyaluran zakat melalui Baznas Kabupaten Garut agar peneliti dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi muzaki tersebut.

Tabel 1: Hasil Uji Validitas Variabel X

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1 1	22,53	5,243	,654	,460	,797
X1 2	22,15	6,145	,614	,472	,815
X1 3	23,05	4,905	,603	,444	,813

X1 4	22,78	4,961	,697	,526	,787
X1 5	22,48	5,563	,591	,369	,810
X1 6	22,42	5,640	,561	,443	,816
X2 1	23,01	5,185	,747	,672	,832
X2 2	23,14	4,862	,820	,727	,817
X2 3	22,96	5,250	,716	,549	,838
X2 4	22,98	6,033	,526	,373	,869
X2 5	22,97	6,032	,430	,304	,885
X2 6	23,11	4,971	,773	,692	,827
X3 1	21,24	11,042	,735	,612	,922
X3 2	21,25	10,710	,815	,678	,912
X3 3	21,24	10,672	,805	,666	,913
X3 4	21,13	11,091	,808	,739	,913
X3 5	21,13	11,343	,796	,693	,915
X3 6	21,21	10,906	,792	,658	,915
X4 1	21,40	9,822	,828	,714	,895
X4 2	21,34	10,765	,736	,609	,909
X4 3	21,48	9,781	,868	,772	,890
X4 4	21,58	10,028	,681	,537	,919
X4 5	21,43	10,146	,802	,668	,899
X4 6	21,45	10,502	,722	,551	,910
X5 1	17,42	6,817	,774	,614	,959
X5 2	17,48	6,252	,933	,912	,933
X5 3	17,48	6,050	,942	,920	,931
X5 4	17,51	6,218	,912	,849	,936
X5 5	17,48	6,487	,805	,669	,955
X6 1	20,55	9,779	,808	,682	,887
X6 2	20,46	9,981	,808	,746	,888
X6 3	20,49	10,202	,844	,810	,885
X6 4	20,47	10,503	,782	,679	,893
X6 5	20,52	9,647	,834	,707	,883
X6 6	20,85	10,347	,529	,351	,935
X7 1	21,46	10,603	,871	,777	,963
X7 2	21,36	10,467	,906	,847	,959
X7 3	21,32	10,538	,909	,875	,959
X7 4	21,39	10,459	,925	,915	,957
X7 5	21,46	10,469	,870	,860	,963
X7 6	21,31	10,803	,875	,778	,962

Sumber : Output SPSS 21

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel Y

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y 1	17,98	4,924	,797	,702	,876
Y 2	17,94	4,862	,797	,686	,876
Y 3	18,13	5,035	,688	,537	,902
Y 4	17,79	5,225	,767	,720	,883
Y 5	17,79	5,309	,779	,737	,882

Sumber : Output SPSS 21

Tabel 3: Hasil Uji Reliabilitas

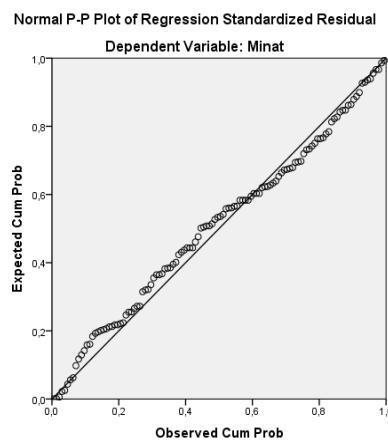
Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
Religiusitas	,834	,843

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
Alturisme	,869	,865
Organisas	,928	,929
Lokasi	,919	,921
Kepercayaan	,954	,954
Teknologi	,911	,919
Akuntabilitas	,967	,967
Minat	,905	,907

Sumber : Output SPSS 21

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 1: Hasil Uji Normalitas

2) Uji Multikolinieritas

Jika nilai Tolerance > 0.1, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Jika nilai nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel Coefficients^a berikut ini:

Tabel 4: Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)		1,524	,130		
Religiusitas	,083	,934	,353	,371	2,696
Alturisme	,293	3,374	,001	,388	2,575
Organisasi	-,281	-2,488	,014	,228	4,378
Lokasi	,194	1,565	,120	,189	5,288
Kepercayaan	,253	1,953	,053	,175	5,727
Teknologi	-,128	-1,332	,186	,315	3,174
Akuntabilitas	,447	3,484	,001	,177	5,648

Sumber : Output SPSS 21

3.2 Pembahasan

Kabupaten Garut sebagai lembaga yang akan mengelola harta zakatnya yang dalam hal ini disebut preferensi. Preferensi muzaki dibahas kepercayaan, teknologi dan akuntabilitas. Dalam penelitian ini dibahas hasil pengaruh variabel x (religiusitas, alturisme, organisasi, lokasi, kepercayaan, teknologi dan akuntabilitas) terhadap variabel y (minat zakat).

a. Uji T (Uji Parsial)

Tabel 5: Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,542	1,668		1,524	,130
Religiusitas	,084	,090	,083	,934	,353
Alturisme	,297	,088	,293	3,374	,001
Organisasi	-,198	,080	-,281	-2,488	,014
Lokasi	,142	,091	,194	1,565	,120
Kepercayaan	,224	,115	,253	1,953	,053
Teknologi	-,094	,071	-,128	-1,332	,186
Akuntabilitas	,320	,092	,447	3,484	,001

Meski telah memiliki legalitas hukum dan diakui secara resmi oleh Pemerintah Daerah, Baznas Kabupaten Garut tetap harus terus meningkatkan kualitas daya saing guna membentangkan sayapnya untuk menjadi lembaga pengelola zakat yang senantiasa membantu mensejahterakan masyarakat menengah kebawah. Selain itu, dengan adanya lembaga amil zakat lain selain Baznas di Kabupaten Garut menjadikan Baznas juga memiliki mitra sekaligus pesaing dalam menghimpun dana zakat di Kabupaten Garut. Upaya peningkatan daya saing tersebut senantiasa terus dilakukan oleh Baznas dengan berbagai cara, diantaranya dengan melaksanakan berbagai pelatihan amil, penggunaan teknologi, dan peningkatan akuntabilitas Baznas Kabupaten Garut. Salah satu potensi zakat yang besar ada dilingkungan ASN Kabupaten Garut yang tersebar di seluruh SKPD Kabupaten Garut. Jumlah ASN di Kabupaten Garut tahun 2017 yang terupdate pada website BPS sebanyak 16.312, jika diperkirakan terhadap rasio pengumpulan zakat ada di angka hampir 3 milyar/bulannya, yang artinya mencapai 36 milyar/tahun. Jika dibandingkan antara pengumpulan 1 tahun Baznas Kabupaten Garut pada tahun 2020 berkisar Rp 8.234.277.465 dengan potensi pengumpulan tahun 2020 sebesar Rp 36.000.000.000. Itu berarti hanya 23 % (Rp 8.234.277.465 / Rp 36.000.000.000 X 100%) dari. Perhitungan tersebut hanya diambil dari potensi ASN yang ada di lingkungan SKPD Kabupaten Garut, belum mencakup perhitungan masyarakat umum yang sudah dapat dipastikan lebih besar dari potensi ASN.

b. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6: Def Ovar X

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan
(X ₁) Religiusitas (Glock & Stark, 2009)	1. Ritual (Penghayatan)	Muzaki suka pergi ke tempat ibadah (mesjid) dan rajin berpuasa
	1. Ideologis/Keyakinan	Muzaki meyakini adanya tuhan
	2. Pengetahuan	a. Muzaki sering mengikuti seminar keagamaan

(X ₂) Altruisme (Myers & Dewall, 2018)	3. Pengalaman	b. Muzaki sering membaca dan belajar ilmu agama Muzaki merasa doanya dikabulkan dan merasa diselamatkan
	4. Konsekuensi	Bersikap jujur dan tidak mencuri
	1. Empati	a. Memiliki perasaan iba kepada fakir miskin b. Kegemaran membantu orang lain
	2. <i>Belief In A Just Word</i> (Meyakini Keadilan Dunia)	Memandang zakat sebagai upaya bersyukur
(X ₃) Organisasi (Mukhlis & Beik, 2013)	3. Tanggung Jawab	Merasa bersalah jika tidak membayar zakat
	4. Kontrol diri	Niat membersihkan harta
	5. Ego	Tidak mementingkan diri sendiri
	1. Kecakapan	Tingkat kecakapan lembaga zakat
(X ₄) Lokasi (Tjiptono, 2006)	2. Transparan	Pengelolaan zakat oleh Baznas yang transparan
	3. Sosialisasi	Sosialisasi Baznas melalui media massa, elektronik atau langsung
	1. Akses	Kantor Baznas yang mudah di akses dan strategis
	2. Visibilitas	Lokasi kantor dapat dilihat dari dekat
(X ₅) Kepercayaan (Robbins & Coulter, 2017)	3. Tempat Parkir	Kantor Baznas memiliki tempat parkir yang luas dan aman
	4. Lingkungan	Memiliki tempat parkir untuk kantor Baznas
	1. Integritas	Amil pengelola zakat memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya
	2. Kompetensi	Amil pengelola zakat memiliki kemampuan dalam mengelola zakat
	3. Konsistensi	Amil pengelola zakat tekun dan benar dalam mengelola zakat sesuai aturan
	4. Loyalitas	Amil pengelola zakat memiliki sifat yang patuh pada aturan Baznas
	5. Keterbukaan	Adanya laporan penerimaan dan penyaluran zakat kepada muzakki

Tabel 7: Hasil Uji F (Uji simultan)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	619,837	7	88,548	32,931	,000 ^b
	Residual	301,155	112	2,689		
	Total	920,992	119			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Akuntabilitas, Religiusitas, Altruisme, Teknologi, Organisasi, Lokasi, Kepercayaan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan pembeli, khususnya: atribut, minat, keyakinan dan pemenuhan (Simamora, 2002). Sikap adalah keputusan mencerminkan bagaimana perasaan seseorang atau menikmati apa yang mereka lakukan. Namun, tidak semua orang bebas melakukan apapun. Kecenderungan adalah gagasan teoritis yang menggambarkan panduan perluasan pemenuhan dengan perpaduan tenaga kerja dan produk sebagai pernyataan selera individu. Pada akhirnya, kecenderungan pelanggan adalah gambaran perpaduan tenaga kerja dan produk yang disukai pembeli setiap kali mereka menawarkan kesempatan untuk mendapatkannya (Simamora, 2002). Rekomendasi juga diartikan sebagai tingkat simpati terhadap produk dan bisa karena berbagai alasan seperti pengalaman sebelumnya dan juga kepercayaan yang diwariskan, dibentuk oleh cara yang mereka inginkan karena waktu, pendapatan dan banyak faktor lainnya membatasi pilihan mereka (Ekacharyanti, 2020). Agak yang merupakan asal kata untuk preferensi kecenderungan seseorang untuk memilih 1 perkara yang artinya kesukaan (Simamora, 2002). Teori preferensi juga dikaji dari perspektif Islam, dimana konsumen terhadap pembelian.

Jika aset karena paling penting adalah penggunaannya, yang harus berorientasi nilai-nilai bermanfaat yang bermanfaat bagi (Kinanti, Imani, Hasanah, & Asyaria, 2021).

5. Kesimpulan

Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pembahasan pada poin sebelumnya, dapat dilihat bahwa secara parsial variabel altruisme dan akuntabilitas adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat ke Baznas Kabupaten Garut. Variabel altruisme dan akuntabilitas nilainya memiliki kontribusi terhadap nilai minat zakat.
- b. Baznas Kabupaten Garut merumuskan strategi pengumpulan dengan mengacu pada peningkatan akuntabilitas publik dan mendorong altruisme publik. Jika dirinci, strategi pengumpulan tersebut dapat dijabarkan seperti dibawah ini Mengelola zakat secara transparan, sehingga publik memiliki kepercayaan kepada Baznas Kabupaten Garut. Dalam hal ini, Baznas Kabupaten Garut telah menggunakan sistem entri data pengumpulan yang terintegrasi secara online yang disebut.

Daftar Pustaka

- Arenalomba.com. (2022, Juli 22). *Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif*. Diambil kembali dari Fastbloging: <https://arenalomba.com/teknik-pengumpulan-data-kuantitatif/>
- Baznas Kabupaten Garut. (2020). *Laporan Baznas Kabupaten Garut Tahun 2020*. Garut: Baznas Kabupaten Garut.
- Ekacahyanti, F. N. (2020). *Analisis Preferensi Muzakki dalam Membayar Zakat Secara Online*. Malang: FEB Unbraw.
- Fetzer, J. E. (1999). *Multidimensional Measurement of Religiousness / Spirituality for Use in Healthin Health*. Kalamazo: Fetzer Institute.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (2009). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. California: University of California Press.
- Kinanti, R. A., Imani, S., Hasanah, M., & Asyaria, K. (2021). Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 2, 1.
- Mairijani. (2021). Preferensi Muzakki dalam Menyalurkan Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah Banjarmasin. *Jurnal Studi Ekonomi*, 12, 2.
- Mukhlis, A., & Beik, I. S. (2013, Juni 1). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor. *Jurnal Al-Mujara'ah*, 1, 1.
- Myers, D., & Dewall, N. (2018). *Myers' Psychology for the AP® Course*. New York: Worth Publishers.
- Pratiwi, S. (2017). Analisis Preferensi Muzakki dalam Menyalurkan Dana ZIS Melalui Lembaga Amil Zakat Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*, 5-6.
- Rizqia, L. M. (2020). *Pengelolaan Zakat Berbasis Mesjid Perkotaan*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2017). *Funndamentals Of Management*. London: Pearson Education.
- Safitri, N. D. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4, 3.

- Santrock, J. (2002). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *ANIDA (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22, 45-46.
- Sonita, T. (2022). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Literasi Zakat Terhadap Preferensi Muzaki dalam Memilih Saluran Distribusi Zakat . *Ekonomi Islam*, 40-42.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: Penerbit CV. Eureka Media Aksara.