



Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta

Ahmad Afandi¹, Annessa Fadhillah², Nurul Wahida Hidayat³

^{1,2,3}UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Papringaan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta

ahmadafandi0311@gmail.com¹, annessafadhillah10@gmail.com², wahidafai@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan, *religiusitas*, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan membayar zakat pada BAZNAS kota Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dan pengumpulan data menggunakan teknik kuisioner yang dibagikan kepada responden. Metode penentuan sampel dengan menggunakan rumus slovin didapat 100 responden penelitian. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan Warp PLS versi 7. Penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, transparansi dan reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Kemudian untuk *religiusitas* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. BAZNAS diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan muzaki membayar zakat. Kemudian memperhatikan faktor yang menjadi penghambat dalam pengumpulan dana zakat di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Pengetahuan, *Religiusitas*, Transparansi, Reputasi Lembaga, Keputusan.

Abstract

This study aims to see the effect of knowledge, religiosity, transparency and reputation of the institution on the decision to pay zakat at BAZNAS Yogyakarta city. This type of research is descriptive quantitative research and data collection using a questionnaire technique distributed to respondents. The method of determining the sample using the Slovin formula obtained 100 research respondents. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) with the help of Warp PLS version 7. The study shows that the variables of knowledge, transparency and institutional reputation have a positive and significant effect on the decision of muzaki to pay zakat in BAZNAS, Yogyakarta city. Then, religiosity has no positive and significant effect on the decision of muzaki to pay zakat at BAZNAS in the city of Yogyakarta. BAZNAS is expected to improve and maintain factors that can influence the decision of muzaki to pay zakat. Then pay attention to the factors that become obstacles in collecting zakat funds in the city of Yogyakarta.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Transparency, Institutional Reputation, Decisions.

PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu kewajiban yang harus ditunaikan oleh umat muslim. Zakat memiliki potensi yang sangat efektif sebagai sarana dalam pemberdayaan ekonomi umat sehingga zakat memiliki peran dalam pengentasan dan penanggulangan kemiskinan. Potensi zakat di Indonesia berkisar antara 327,6 triliun (Kambali & Rahman, 2021). Namun potensi tersebut tampaknya berbanding terbalik dengan realisasi pengumpulan zakat yang baru menyentuh angka 71,4 triliun (Safutra, 2021).

Indonesia memiliki lembaga semi pemerintah yang bertugas melaksanakan pengelolaan dan pendistribusian zakat yaitu, Badan Amil Zakat Nasional yang sampai pada tingkat daerah kemudian ada lembaga non pemerintah yang bernama Lembaga Amil Zakat (Ghofur & Suhendar, 2021). Keputusan muzaki dalam menentukan pilihan baik tempat maupun badan dalam melaksanakan pembayaran zakat merupakan hak prerogatif dari setiap muzaki. Muzaki dapat memilih BAZNAS sebagai tempat dalam menyalurkan zakatnya. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan otoritas dan badan yang adil dibentuk oleh otoritas publik berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 8 tahun 2001 yang mempunyai tugas dan kapasitas mengimpon dan menyalurkan zakat, infak dan sedekah di tingkat publik (BAZNAS RI, 2022).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan individu dalam melaksanakan pembayaran zakat. Pada penelitian Daniati (2021) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pengetahuan dan *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam berzakat melalui lembaga zakat. Selain itu transparansi juga menjadi faktor penting bagi muzaki dalam menyalurkan zakatnya. Transparansi pelaporan keuangan merupakan elemen yang mempengaruhi muzaki dalam penyaluran zakat melalui BAZNAS. Pada Ghofur & Suhendar (2021) menyatakan bahwa transparansi diperlukan dalam rangka mengoptimalkan pengumpulan dana zakat. Karena pemerintah atau lembaga publik bertanggung jawab terhadap masyarakat sebagai pemilik sumber daya yang harus diutamakan (Jitmau *et al.*, 2017).

Reputasi lembaga juga memiliki peran penting dalam mendorong muzaki melaksanakan pembayaran zakat. Reputasi menjadi salah satu bentuk penilaian yang berhubungan dengan sikap, emosi, keuangan, sosial maupun budaya di dalam suatu organisasi. Pada Utami *et al.* (2021) menunjukkan hasil jika reputasi memiliki dampak terhadap minat seseorang dalam berzakat. Kemudian Yazid (2017) juga menyatakan bahwa reputasi lembaga menjadi faktor penentu seseorang dalam berzakat.

BAZNAS kota Yogyakarta merupakan lembaga publik yang kiprohnya mengelola dana publik. Mempertanggungjawabkan dana publik secara transparan merupakan salah satu kewajiban lembaga publik, maka BAZNAS kota Yogyakarta dituntut menjadi lembaga terpercaya (Mintarti, 2016). Jika lembaga publik seperti BAZNAS sudah menjalankan

kewajibannya dengan baik, otomatis muzaki akan memilih BAZNAS sebagai lembaga dalam hal penyaluran zakat, infak dan sedekahnya. Pada tahun 2020 BAZNAS kota Yogyakarta memberikan penghargaan dalam acara “Zakat Award” kepada para muzaki. Para peraih kehormatan merupakan muzaki dan beberapa yayasan yang turut membina program zakat, khususnya kota Yogyakarta (BAZNAS Kota Yogyakarta, 2020).

Pada kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa BAZNAS kota Yogyakarta sangat mengapresiasi para muzaki yang menyalurkan zakat, infak dan sedekahnya melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS kota Yogyakarta juga menargetkan sejumlah upaya dalam hal menyediakan metode pembayaran secara digital. Hal ini dapat memudahkan akses bagi para muzaki untuk menyalurkan zakat, infak dan sedekahnya. Tujuan digital marketing yang dilakukan oleh BAZNAS yaitu pemberian sosialisasi dan pemahaman kepada masyarakat (Karin, 2022).

Berdasarkan uraian diatas maka menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian mengenai keputusan muzaki membayar zakat dengan pembahasan lebih kompleks dan mendalam. Maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengetahuan, *Religiusitas*, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta”.

KAJIAN TEORITIS

Keputusan Membayar Zakat

Keputusan menurut Schiffman & Kanuk dikutip oleh Sangadji & Sopiah (2013), memiliki pengertian bahwa keputusan merupakan pilihan dari suatu tindakan berasal dari dua pilihan atau lebih. Proses pengambilan keputusan didasarkan atas kriteria tertentu. Oleh karena itu, keputusan merupakan suatu pemecahan masalah yang dilakukan melalui pemilihan alternatif dari beberapa alternatif (Hasan, 2002). Keputusan *muzaki* untuk membayar zakat merupakan kemampuan yang berasal dari perhatian dan adanya kesadaran membayar zakat. Kesadaran zakat menjadi kebutuhan mutlak bagi umat Islam yang diakui melalui upaya untuk fokus pada hak-hak orang miskin dan mustahik lainnya (individu yang memenuhi syarat untuk mendapatkan zakat) (Rizkia *et al.*, 2014). Indikator keputusan membayar zakat pada BAZNAS meliputi kemantapan, kebiasaan, merekomendasikan dan mendistribusikan (Subantoro, 2018).

Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu individu terhadap sesuatu perbuatan untuk memahami suatu objek yang dihadapi yang hasilnya individu tersebut memahami objek tersebut (Purbasari, 2015). Secara umum pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang disimpan di dalam memori. Pengetahuan memiliki lima indikator antara lain; tahu, memahami, aplikasi, analisis dan evaluasi (Pramudia & Syarief, 2020).

Religiusitas

Religiusitas merupakan konsepsi individu dan tingkat komitmen individu terhadap agamanya (Sagita *et al.*, 2021). Seorang individu dalam beragama akan sungguh-sungguh menjadikan agama sebagai pedoman berperilaku, dengan tujuan agar perilakunya senantiasa terarah dan mengingat pelajaran agama yang diyakininya. *Religiusitas* ini juga akan berdampak pada cara pandang, selera, atau penilaian seseorang terhadap sesuatu yang diidentikkan dengan agama (Fitriani, 2016). Ada beberapa dimensi yang terkandung di dalam *religiusitas* seperti; dimensi akidah, dimensi ibadah, dimensi amal, dimensi ilmu dan dimensi ihsan (Maman, 2006).

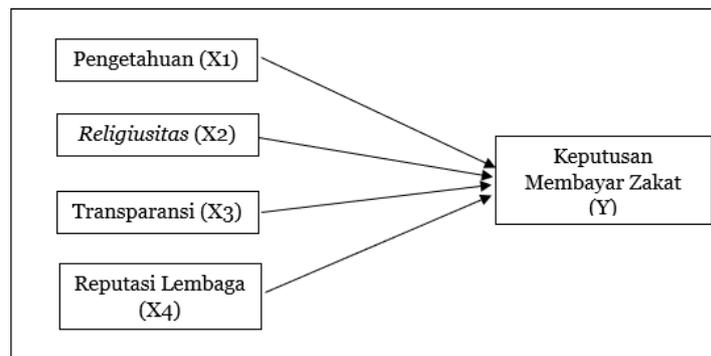
Transparansi

Transparansi dibangun berdasarkan atas kebebasan memperoleh suatu informasi berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung. Transparansi adalah memberikan informasi keuangan secara terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh suatu informasi (Salle, 2012). Badan Amil Zakat Nasional dalam mempertanggung jawabkan pengelolaan dana publik melibatkan pihak-pihak terkait seperti muzaki dan mustahik sehingga diperoleh kontrol yang baik terhadap pelaksanaan pengelolaan zakat (Departemen Agama RI, 2008). Untuk menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat, khususnya muzaki pentingnya untuk menumbuhkan transparansi dalam pengelolaan zakat (Setwapres, 2021). Transparansi memiliki beberapa aspek, antara lain: Informatif, keterbukaan dan pengungkapan (Mardiasmo, 2009).

Reputasi Lembaga

Reputasi menjadi salah satu bentuk penilaian yang berhubungan dengan sikap, emosi, keuangan, sosial maupun budaya di dalam suatu organisasi. Zeithaml dalam Siallagan & Sutrisna (2019) mengartikan bahwa reputasi merupakan salah satu kualitas yang dirasakan pada produk dan jasa yang ditawarkan kemudian, masyarakat memberikan penilaian pada produk dan jasa tersebut. Reputasi juga menjadi salah satu faktor penyeimbang bagi keputusan belanja konsumen (Sagala, 2019). Terdapat beberapa indikator dari reputasi yaitu: kesan, tanggungjawab, hubungan dengan konsumen, lingkungan kerja, kepemimpinan dan produk dan layanan (Rahmat Syah, 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas maka kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Dapat dilihat dari kerangka di atas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat
- H2 : *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat
- H3 : Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat
- H4 : Reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif, yang mana data yang dilampirkan berupa angka, perhitungan hasilnya dengan metode statistik. Variabel yang digunakan yaitu, variabel eksogen (pengetahuan, *religiusitas*, transparansi dan reputasi lembaga), variabel endogen yaitu keputusan. Dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Variabel, Indikator dan Sumber

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Pengetahuan (X ₁)	1. Tahu 2. Memahami 3. Aplikasi 4. Analisis 5. Evaluasi	(Pramudia & Syarief, 2020)
2	<i>Religiusitas</i> (X ₂)	1. Dimensi akidah 2. Dimensi ibadah 3. Dimensi amal 4. Dimensi ilmu 5. Dimensi ihsan	(Maman, 2006)
3	Transparansi (X ₃)	1. Informatif 2. Keterbukaan 3. Pengungkapan	(Mardiasmo, 2009)
4	Reputasi Lembaga (X ₄)	1. Kesan 2. Tanggungjawab	(Rahmat Syah, 2013).

		3. Hubungan dengan konsumen	
		4. Lingkungan kerja	
		5. Kepemimpinan	
		6. Produk dan layanan	
5	Keputusan (Y)	1. Kemantapan	(Subantoro, 2018).
		2. Kebiasaan	
		3. Merekomendasikan	
		4. Mendistribusikan	

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk beragama Islam di kota Yogyakarta dengan jumlah 415.509 individu (BAPPEDA Yogyakarta, 2021). Rumus untuk menentukan sampel menggunakan rumus *slovin*.

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Error level (tingkat kesalahan 10%)

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{415.509}{(1+415.509 \times 0,1^2)} \quad n = \frac{415.509}{(1+415.509 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{415.509}{(1+4.155,09)} \quad n = \frac{415.509}{(4.156,09)}$$

$$n = 99,97 \text{ (100 orang)}$$

Hasil perhitungan tersebut didapatkan sampel sebanyak 100 orang untuk menjadi responden yaitu muzaki di kota Yogyakarta. Sampel muzaki yang menjadi objek penelitian memiliki kriteria diantaranya: 1. Muzaki yang membayar zakat pada BAZNAS kota Yogyakarta, 2. Muzaki yang rutin menyalurkan zakatnya pada BAZNAS kota Yogyakarta. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu, pengambilan sampel yang tidak disengaja yang mana setiap bertemu dengan seseorang yang ditemui cocok dapat menjadi sumber informasi penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden secara elektronik melalui *google form*. Instrumen menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Tabel 2. Skala Likert

Penentuan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Analisis penelitian ini menggunakan Warp PLS versi 7.0. PLS alat analisis yang digunakan peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten tujuannya memprediksi hubungan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Tahapan Analisa pada PLS yaitu, *Outer Model*, *Inner Model* dan Pengujian Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada data deskriptif responden terdapat empat variabel nominal (kategori) terdiri dari gender, umur, pendidikan dan pekerjaan. Responden penelitian ini terdiri dari 47 pria dan 53 wanita. Umur responden dikategorikan empat kelompok: 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan 50 tahun ke atas. Kebanyakan responden pada (51%) berumur 20-30 tahun, sedangkan sebagian besar kedua (26%) berumur 31-40 tahun. Kemudian responden sebanyak (14%) berumur 41-50 tahun dan (9%) berumur di atas 50 tahun. Kemudian 32 orang berstatus pendidikan SMA/Sederajat, sebanyak 38 orang berstatus pendidikan S1, S2 sebanyak 16 orang dan S3 sebanyak 3 orang dan pendidikan lainnya yang tidak disebutkan sebanyak 11 orang. Untuk kategori pekerjaan responden berstatus pelajar atau mahasiswa berjumlah 19 orang, wiraswasta berjumlah 16 orang, pegawai negeri sipil 22 orang wirausaha berjumlah 17 orang dan pekerjaan lainnya 26 orang.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

Convergent Validity

Convergent validity dapat dilihat melalui nilai *loading factor*, dimana dikatakan diterima jika nilai *loading factor* di atas 0,7. Akan tetapi jika nilai *loading factor* di bawah 0,7 akan dihapus jika dapat meningkatkan nilai AVE, dimana nilai pada AVE harus di atas 0,5. Hasil pengujian *Convergent validity* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji *Convergent Validity*

Variabel	Kode	Loadings	AVE	Keterangan
Pengetahuan (X₁)	X1.1	0.822	0.523	Valid
	X1.2	0.862		Valid
	X1.3	0.833		Valid
	X1.4	-0.043		Tidak Valid
	X1.5	0.044		Tidak Valid
Religiusitas (X₂)	X2.1	0.962	0.573	Valid
	X2.2	0.651		Tidak Valid
	X2.3	0.974		Valid
	X2.4	0.971		Valid
	X2.5	0.073		Tidak Valid
Transparansi (X₃)	X3.1	0.891	0.865	Valid
	X3.2	0.893		Valid
	X3.3	0.908		Valid
Reputasi Lembaga (X₄)	X4.1	0.815	0.572	Valid
	X4.2	0.859		Valid
	X4.3	0.824		Valid
	X4.4	0.088		Tidak Valid
	X4.5	0.160		Tidak Valid
	X4.6	0.017		Tidak Valid

Keputusan	Y.1	0.760		Valid
Membayar	Y.2	0.803		Valid
Zakat (Y)	Y.3	0.563	0.543	Tidak Valid
	Y.4	0.795		Valid

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Berdasarkan hasil uji di atas terdapat nilai *loading* konstruk yang tidak sesuai dengan syarat *convergent validity* yaitu di bawah 0,7 maka dikatakan tidak lolos uji. Maka dari itu perlu dilakukan penghapusan pada indikator tersebut. Indikator yang dihapus yaitu variabel pengetahuan (X1) pada indikator 4 (X1.4) dan 5 (X1.4), variabel *religiusitas* (X2) pada indikator 2 (X2.2) dan 5 (X2.5), variabel reputasi lembaga (X4) pada indikator 4(X4.4), 5 (X4.5) dan 6 (X4.6), dan variabel keputusan (Y) pada indikator 3 (Y.3).

Tabel 4. Hasil Uji Convergent Validity Setelah Direduksi

Variabel	Kode	Loadings	AVE	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0.823	0.704	Valid
	X1.2	0.865		Valid
	X1.3	0.830		Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0.972	0.969	Valid
	X2.3	0.992		Valid
	X2.4	0.989		Valid
Transparansi (X3)	X3.1	0.891	0.865	Valid
	X3.2	0.893		Valid
	X3.3	0.908		Valid
Reputasi Lembaga (X4)	X4.1	0.859	0.700	Valid
	X4.2	0.827		Valid
	X4.3	0.824		Valid
Keputusan Membayar Zakat (Y)	Y.1	0.764	0.657	Valid
	Y.2	0.846		Valid
	Y.4	0.820		Valid

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi syarat validitas konvergen dimana nilai *loading* konstraknya lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih besar daripada konstruk lainnya.

Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* pada variabel pengetahuan (X1), efisiensi (X2) dan inklusi keuangan (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Discriminant Validity

Variabel	X1	X2	X3	X4	Y
Pengetahuan (X1)	(0.839)	0.392	0.461	0.398	0.279
Religiusitas (X2)	0.392	(0.984)	0.192	0.391	0.138
Tansparansi (X3)	0.461	0.192	(0.897)	0.462	0.575
R. Lembaga (X4)	0.498	0.391	0.462	(0.837)	0.286
K. M. Zakat (Y)	0.279	0.138	0.575	0.286	(0.811)

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Hasil uji *discriminant validity* di atas menunjukkan setiap variabel terpenuhi, hal ini ditunjukkan pada akar kuadrat AVE lebih besar dari koefisien korelasi antar konstruk pada tiap kolom.

Composite Reliability

Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 ($> 0,7$). Hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 6. Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X_1)	0.877	0.790	Reliabel
Religiusitas (X_2)	0.989	0.984	Reliabel
Tansparansi (X_3)	0.925	0.879	Reliabel
R. Lembaga (X_4)	0.875	0.786	Reliabel
K. M. Zakat (Y)	0.849	0.738	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Berdasarkan tabel di atas nilai *composite reliability* setiap variabel sudah memenuhi syarat yaitu lebih besar dari 0,7 ($> 0,7$) dan nilai *cronbach's alpha* sudah memenuhi syarat yaitu lebih besar dari 0,5 ($> 0,5$). Berdasarkan hasil uji *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability* di atas, maka model pengukuran ini sudah memenuhi kriteria dan dapat digunakan dalam penelitian.

Evaluasi Model Struktural (Inner model)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dalam penelitian meliputi uji kecocokan model (*model fit*), *path coefficient* dan *R-Squared* (R^2).

Uji Kecocokan Model (Model Fit)

Indikator dikatakan diterima atau terpenuhi jika *P-values* dari APC dan ARS lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) dan AVIF lebih kecil dari 5 (< 5). Hasil uji kecocokan model (*model fit*) dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 7. Hasil Uji Kecocokan Model (Model Fit)

Indikator	Koefisien	P-values	Kriteria	Keterangan
APC	0.381	< 0.001	< 0.05	Diterima
ARS	0.384	< 0.001	< 0.05	Diterima
AVIF	3.3		≤ 5	Diterima

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Berdasarkan uji kecocokan model di atas menunjukkan nilai APC 0,381 dan *P-values* sebesar $< 0,001$, nilai ARS 0,384 dan *P-values* sebesar $< 0,001$, kemudian nilai AVIF sebesar 3,3. Dari data di atas disimpulkan bahwa model dikatakan *fit* karena nilai *P-values* pada APC dan ARS lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) dan AVIF lebih kecil dari 5 (< 5) artinya diterima.

Uji Analisis R-squared (R^2) dan Q-squared

Nilai *Q-squared* harus lebih dari 0 (> 0) agar model dikatakan memiliki relevansi prediktif. Hasil uji Analisis *R-squared* (R^2) dan *Q-squared* dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis *R-squared* (R^2) dan *Q-squared*

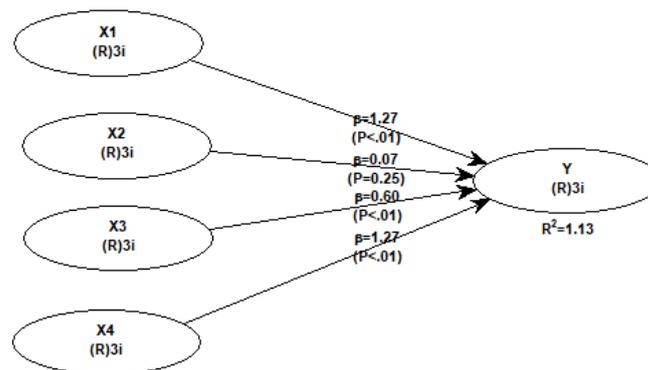
Indikator	Y (Keputusan Membayar Zakat)
<i>R-squared</i> (R^2)	0,381
<i>Q-squared</i>	0,398

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Dari tabel di atas menunjukkan nilai *R-squared* (R^2) sebesar 0,381 atau sama dengan 38,1%. Nilai tersebut memiliki arti bahwa peran variabel eksogen memberikan kontribusi sebesar 38,1% pada variabel endogen. Sedangkan sisanya sebesar 61,9% keputusan membayar zakat dipengaruhi oleh variabel eksogen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai *Q-squared* untuk variabel keputusan membayar zakat sebesar 0,398 artinya lebih dari 0 (>0), maka dapat diartikan model tersebut memiliki relevansi prediktif dari variabel eksogen ke variabel endogen.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan peneliti untuk melihat hubungan masing-masing konstruk antara lain sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

Gambar 2. Hasil Uji Korelasi Antar Konstruk

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat hasil korelasi antar konstruk diukur pada *path coefficients* dan signifikansinya. Tingkat signifikansi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebesar 5% atau (0,05). Hasil pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 9. Hasil Uji *Path Coefficients*

<i>Path Coefficients</i>				
	X1	X2	X3	X4
Y	1.272	0.066	0.605	1.270
<i>P-values</i>				
	X1	X2	X3	X4
Y	<0.001	0.251	<0.001	<0.001

Sumber: Hasil Olahan WarpPLS 7.0 (2022)

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS kota Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan nilai *path coefficients* pada variabel pengetahuan sebesar 1,272 dan nilai *P-values* <0,001 di bawah 0,05 (< 0,05). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta **diterima**.

2. Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS kota Yogyakarta

Hasil pengujian di atas diketahui nilai *path coefficients* pada variabel *religiusitas* sebesar 0,066 dan *P-values* 0,251 di atas 0,05 (> 0,05). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan bahwa *religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta **ditolak**.

3. Pengaruh Transparansi Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS kota Yogyakarta

Hasil pengujian di atas diketahui nilai *path coefficients* pada variabel transparansi sebesar 0,605 dan *P-values* <0,001 di bawah 0,05 (< 0,05). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta **diterima**.

4. Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS kota Yogyakarta

Hasil pengujian di atas diketahui nilai *path coefficients* pada variabel reputasi lembaga sebesar 1,270 dan *P-values* <0,001 di bawah 0,05 (< 0,05). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H4 yang menyatakan bahwa reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta **diterima**.

Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta

Hasil pengujian didapatkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Riset Daniati (2021) menemukan pengetahuan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi muzaki dalam melaksanakan pembayaran zakat. Disimpulkan bahwa

dengan sampel 100 responden muzaki di kota Yogyakarta memiliki pengetahuan yang baik tentang zakat di lembaga publik seperti BAZNAS. Artinya seseorang yang memiliki pengetahuan tentang BAZNAS sebagai lembaga yang menghimpun dan mengelola zakat, maka akan mendorong seseorang tersebut melaksanakan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat Nasional.

2. Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian *religiusitas* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Hasil penelitian berbeda dengan Daniati (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam membayar zakat. Sejalan dengan Nugroho & Nurkhin (2019) yang menyatakan bahwa *religiusitas* tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat profesi. *Religiusitas* yang baik tidak dapat menentukan keputusan individu dalam berzakat melalui BAZNAS. Karena pemahaman *religiusitas* setiap orang dalam melakukan ajaran agama masing-masing berbeda. Sehingga keputusan seseorang dalam membayar zakat tidak ditentukan oleh tingkat *religiusitas* seseorang.

3. Pengaruh Transparansi Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta

Hasil pengujian pada Warp PLS menunjukkan hasil dimana, transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Ghofur & Suhendar (2021) juga menyatakan bahwa transparansi diperlukan dalam rangka mengoptimalkan pengumpulan dana zakat. Jika lembaga publik sudah melaksanakan transparansi atau keterbukaan dengan baik maka dapat meningkatkan kepercayaan muzaki terhadap BAZNAS.

4. Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta

Diketahui reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Sejalan Utami *et al.* (2021) menunjukkan hasil jika reputasi memiliki dampak terhadap minat seseorang dalam berzakat. Reputasi menjadi salah satu bentuk penilaian yang berhubungan dengan sikap, emosi, keuangan, sosial maupun budaya di dalam suatu organisasi. Jika perusahaan atau lembaga publik mempunyai reputasi yang bagus maka akan berdampak pada loyalitas seseorang (Rahmat Syah, 2013). Penelitian Siallagan & Sutrisna (2019) juga menyatakan bahwa reputasi berpengaruh terhadap kepuasan seseorang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan, *religiusitas*, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Pada hasil penelitian dapat disimpulkan variabel pengetahuan, transparansi, reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Sedangkan *religiusitas* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Penelitian ini dapat dimanfaatkan menjadi sumber informasi dan rujukan bagi Badan Amil Zakat Nasional. BAZNAS diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan muzaki membayar zakat. Kemudian memperhatikan faktor yang menjadi penghambat dalam pengumpulan dana zakat di kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- BAPPEDA Yogyakarta. (2021). *Jumlah Pemeluk Agama*. http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/314-jumlah-pemeluk-agama
- BAZNAS Kota Yogyakarta. (2020). *Pengajian Tasyakuran Pengelolaan ZIS dan BAZNAS AWARD Tahun 2020/1441*. BAZNAS.JOGJAKARTA.GO.ID. <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/11054>
- BAZNAS RI. (2022). *Badan Amil Zakat Nasional*. <https://baznas.go.id/>
- Daniati, T. (2021). *Pengaruh Religiusitas Muzaki, Akuntabilitas Dan Kredibilitas Lembaga Amil Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.
- Departemen Agama RI. (2008). *Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam, Panduan Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat.
- Fitriani, A. (2016). Annisa Fitriani, Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being. *Jurnal Al-Adyan*, XI(1).
- Ghofur, R. A., & Suhendar. (2021). Analisis akuntabilitas dan transparansi pada organisasi pengelola zakat dalam memaksimalkan potensi zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1866–1879.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jitmau, F., Kalangi, L., & Lambey, L. (2017). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Fungsi Pemeriksaan Intern Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Studi Empiris Di Kabupaten Sorong). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(1), 276–285. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i1.16036>
- Kambali, M., & Rahman, F. (2021). Pengaruh Aplikasi Muzaki Corner Terhadap Minat Masyarakat Berzakat. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 175–184. JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, Volume 3, No 1 Tahun 2022 <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JISFIM>

- <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.413>
- Karin, A. (2022). *Mudahkan Muzakki, Baznas Kota Jogja Manfaatkan Dompot Digital*. Radarjogja.Jawapos.Com.
<https://radarjogja.jawapos.com/ekonomi/2022/01/26/mudahkan-muzakki-baznas-kota-jogja-manfaatkan-dompot-digital/>
- Maman. (2006). *Metodologi Penelitian Agama: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mardiasmo. (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: ANDI.
- Mintarti, N. (2016). *Membangun Kepercayaan Publik Dan Kapasitas Pengelolaan Zakat Di Indonesia*. <https://imz.or.id/membangun-kepercayaan-publik-dan-kapasitas-pengelolaan-zakat-di-indonesia/>
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Pramudia, R. A., & Syarief, M. E. (2020). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.30651/justeko.v4i2.6482>
- Purbasari, I. (2015). Pengelolaan Zakat Oleh Badan Dan Lembaga Amil Zakat di Surabaya Dan Gresik. *Mimbar Hukum*, 27(1).
- Rahmat Syah, T. Y. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, 4(2), 17911.
- Rizkia, R., Arfan, M., & Shabri, M. (2014). Pengaruh Faktor Budaya, Motivasi, Regulasi dan Pemahaman Tentang zakat Terhadap Keputusan Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal (Studi Para Muzakki di Kota Sabang). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 7(1).
<http://jurnal.unsyiah.ac.id/TRA/article/view/10132/8004>
- Safutra, I. (2021). *Potensi Dana Zakat Rp 327,6 T, Realisasi Baru Rp 71,4 T*. <https://www.jawapos.com/nasional/06/04/2021/potensi-dana-zakat-rp3276-t-realisasi-baru-rp-714-t/>.
- Sagala, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, Reputasi Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Penerbangan Lion Air Pada Pt. Vina Tour & Travel Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 205–225.
<https://doi.org/10.54367/jmb.v17i2.415>
- Sagita, D. D., Fauzi, D. M., & Tuasikal, J. M. S. (2021). Analisis Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Yang Mengikuti Organisasi. *Pedagogika*, 12(2), 201–216.
<https://doi.org/10.37411/pedagogika.v12i2.817>

- Salle, A. (2012). Makna Transparansi Dalam Pengelolaan Keuangan Daerah. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Daerah*.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setwapres. (2021). *Tingkatkan Kepercayaan Umat, BAZNAS Harus Perbaiki*. Wapresri.Go.Id. <https://www.wapresri.go.id/tingkatkan-kepercayaan-umat-baznas-harus-perbaiki-tranparansi-penyaluran-zakat/>
- Siallagan, I., & Sutrisna, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6(1), 1–13.
- Subantoro, V. (2018). *Keputusan Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Cabang Solo*. Skripsi, IAIN Surakarta.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Iqtishoduna*, 17(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>
- Yazid, A. A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 8(2), 173–199. <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/economic/article/view/2991>