

Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Masyarakat dalam Membayar Zakat melalui Lembaga Amil Zakat : Studi di Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi

Firda Siva Kamila*, Dr Ima Amaliah S.E., M.Si

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

firdasfkm1745@gmail.com, amalia.dasuki@gmail.com

Abstract. The phenomenon of the prominence of the potential of zakat with the amount of zakat that is actually paid by the obligatory zakat indicates that the potential for very large zakat funds has not been explored optimally. The people of Bojongasih Village do not yet have a complete perception of the Amil Zakat Institution (LAZ) in Parakansalak District. The cause of the non-significance of the realization of zakat with the potential of existing zakat, namely the low interest in paying zakat at zakat institutions because they prefer to deposit zakat directly to those who are entitled, and feel when witnessing directly zakat is given to those who are considered entitled to receive it. The method used in this research is descriptive quantitative and model analysis, namely Principal Components Analysis. The data collection technique used a questionnaire with a population of the people of Bojongasih Village. The sampling technique uses a purposive sampling technique. The results of this study indicate that there are seven factors that determine people's behavior in paying zakat through the Amil Zakat Institution (LAZ) Bojongasih Village, Parakansalak District, Sukabumi Regency, namely cultural factors, social factors, personal factors, reference group factors, zakat type factors, psychological factors and information factors. The most dominant factor determining people's behavior in paying zakat through LAZ is the cultural factor which has the highest Eigenvalue, which is 18.597%.

Keywords: *Principal Components Analysis, Community Behavior, Laz*

Abstrak. Fenomena besarnya kesenjangan antara potensi zakat dengan jumlah zakat yang benar-benar ditunaikan oleh wajib zakat menunjukkan bahwa potensi dana zakat yang sangat besar masih belum tergali secara optimal. Masyarakat Desa Bojongasih belum memiliki persepsi yang utuh terhadap Lembaga Amil Zakat (LAZ) Kecamatan Parakansalak. Penyebab tidak signifikannya realiasi zakat dengan potensi zakat yang ada, yaitu rendahnya minat membayar zakat pada lembaga zakat karena lebih senang menyetorkan zakatnya langsung kepada mereka yang berhak, dan merasa saat menyaksikan langsung zakat diberikan kepada mereka yang dianggap berhak menerimanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan model analisis yaitu *Principal Components Analysis*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan populasi masyarakat Desa Bojongasih. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor kelompok acuan, faktor jenis zakat, faktor psikologis dan faktor informasi. Faktor yang paling dominan menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui LAZ adalah faktor budaya memiliki nilai Eigenvalue tertinggi yaitu sebesar 18.597%.

Kata Kunci : *Principal Components Analysis, Perilaku Masyarakat, Laz*

A. Pendahuluan

Zakat merupakan kewajiban yang diperintahkan oleh Allah bagi setiap muslim seperti yang disebutkan dalam Surat Al-Baqarah ayat 43 yang artinya “*Laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan ruku'lah bersama orang-orang yang ruku'*”. Zakat memiliki peran penting dalam sistem ekonomi Islam. Zakat merupakan salah satu pos sumber pendapatan negara yang teknis pemungutannya dan alokasinya pada delapan asnaf sudah ditentukan oleh hukum syariah. Pengelolaan dan penyaluran zakat harus dilembagakan dan terstruktur agar kewajiban ini terlaksana secara efektif. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar berdirinya lembaga amil zakat di berbagai negara termasuk Indonesia (Syafitra, 2019).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Secara hukum, ada dua lembaga amil yang memiliki kekuasaan untuk mengelola zakat. Pertama, Badan Amil Zakat yang dikelola pemerintah, yang terdiri dari Badan Amil Zakat (BAZ) dan lembaga amil zakat (LAZ). Dalam UU Pengelolaan Zakat juga diatur bahwa tujuan pengelolaan zakat adalah untuk meningkatkan pelayanan masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan kebutuhan keagamaan, serta meningkatkan fungsi dan peran lembaga keagamaan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial serta meningkatkan hasil dan efisiensi zakat.

BAZNAS Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu BAZNAS Kabupaten yang ada di Indonesia yang masih belum mencapai secara optimal pengelolaan zakat khususnya dalam hal penghimpunan, walaupun secara pencapaian tiap tahun meningkat, realitas penghimpunan dana zakat belum optimal dari potensi yang ada di masyarakat, sekitar Rp 50 M, baru tercapai Rp 3,738 M pada tahun 2016 sekitar 1,35% masih di bawah pencapaian BAZNAS yaitu 1,59%. (Asep Sutarji, 2017). Kecamatan Parakansalak adalah salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Sukabumi. Kecamatan Parakansalak memiliki luas 5.626 Ha, dan memiliki 6 desa. Pada tahun 2021 jumlah total penduduk sebesar 45.911 jiwa, dan yang beragama Islam 45.899 artinya 99% beragama Islam. Banyaknya masyarakat yang beragama Islam menunjukkan potensi zakat yang besar yang akan dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Potensi Zakat Kecamatan Parakansalak Tahun 2020

Asumsi Potensi Zakat Maal	
Jumlah Potensi Muzaki Masyarakat (Asumsi/ orang)	2.000
Penghasilan/ Nishab (Penghasilan > 5.5 jt)	Rp.5.500.000
Penghasilan kena Zakat (muzaki * Nishab *12 bln)	Rp.132.000.000.000
Potensi Zakat/ Tahun (Jumlah kena Zakat x 2.5 %)	Rp.3.300.000.000
Asumsi Potensi Zakat Fitrah	
Jumlah Penduduk muslim 99% tahun 2021	45.911 orang
Besaran Zakat Fitrah	Rp27.500
Jumlah	Rp1.262.552.500
Total Potensi Zakat Kecamatan Parakansalak	Rp4.562.552.500
Realisasi	Rp42.527.990
Presentase Zakat yang tercapai +/-	0,93%

Sumber: Wawancara dengan pengelola Zakat Kec. Paransalak

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa potensi zakat bisa mencapai Rp. 4.562.552.500 bahkan bisa lebih, namun kenyataannya realisasi yang diterima oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) pada tahun 2021 hanya mencapai Rp. 42.527.990 atau sekitar 0,93% dari potensi zakat Kecamatan Parakansalak. Terlihat dari persentase penerimaan yang tidak tersalurkan melalui lembaga menunjukkan kesenjangan yang begitu besar antara penerimaan dana zakat yang diterima oleh LAZ dengan potensi yang dimiliki, ini menunjukkan bahwa potensi dana zakat yang sangat besar masih belum tergalikan secara optimal. Masyarakat masih membayar zakat secara langsung kepada para kerabat atau tetangga yang mereka kenal. Masyarakat belum memiliki persepsi yang utuh terhadap Lembaga Amil Zakat (LAZ) Kecamatan Parakansalak.

Faktanya masih banyak masyarakat yang memberikan langsung zakatnya ke mustahiq, ada rasa tenang dan aman saat menyaksikan langsung zakat diberikan kepada mereka yang

dianggap berhak menerimanya. Namun, terkadang pendistribusian langsung oleh muzakki tidak tepat sasaran. Terkadang masyarakat merasa sedang menyalurkan zakatnya kepada mustahiq, padahal ternyata penerimanya bukanlah mustahiq yang sebenarnya dan hanya memberikan zakat kepadanya karena kedekatan emosional. Misalnya dibagikan kepada kerabat atau tetangga sendiri yang menurut pendapat mereka termasuk kategori mustahiq, ditakutkan jika dibandingkan dengan yang ada di lingkungan sekitar, masih banyak orang yang lebih berhak menerimanya. Padahal, jika para muzaki menyerahkan zakatnya langsung kepada lembaga amil zakat, keadaannya akan berbeda, selain pengelolaan dan pendistribusian dana zakat yang jelas dan bertanggung jawab, dana zakat yang dialokasikan oleh lembaga pengelola zakat dapat digunakan zakat secara efektif kepada mustahiq.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. zakat melalui LAZ di Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi?
2. Faktor dominan apa yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui LAZ di Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui LAZ di Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi.

Faktor dominan yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui masyarakat terhadap LAZ di Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi yang berjumlah 6.875 orang. Dan sampel dalam penelitian ini Sebanyak 99 yang dilakukan pembulatan sehingga berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik purposive sampling.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil penelitian menggunakan Uji Analisis Faktor mengenai faktor faktor yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Hasil Interpretasi Faktor

Faktor	Variabel	Pernyataan	Loading Factor	Variance (%)
Faktor 1	budaya_5	Membayar zakat di tempat tinggal orangtua	0,795	18.597%
	budaya_3	Membayar zakat ke keluarga terdekat	0,786	
	budaya_4	Membayar zakat ke tetangga	0,721	
	Sosial_1	Membayar zakat mengikuti lingkungan tempat tinggal	0,462	

Faktor	Variabel	Pernyataan	Loading Factor	Variance (%)
Faktor 2	sosial_2	Membayar zakat karena pengaruh orangtua	0,631	12.830%
	sosial_5	Membayar zakat karena pengaruh lingkungan social	0,575	
	pribadi_6	Membayar zakat melalui LAZ karena kantornnya mudah dijangkau	0,632	
	pribadi_7	Membayar zakat melalui LAZ karena kantorya dekat rumah	0,631	
Faktor 3	pribadi_1	Membayar zakat karena pendapat memadai	0,747	7.911%
	p	Membayar zakat melalui LAZ karena pegawainya Amanah	0,622	
	psikologis_1	Membayar zakat melalui LAZ karena memiliki pengetahuan yang baik	0,469	
	pribadi_2	Membayar zakat melalui LAZ karena pengaruh dari anak	0,380	
Faktor 4	sosial_7	Membayar zakat melalui LAZ karena pengaruh Ustad/Tokoh Masyarakat	0,778	6.984%
	budaya_6	Membayar zakat maal setahun sekali	0,607	
	psikologis_3	Membayar melalui LAZ karena sesuai kebutuhan	0,576	
Faktor 5	budaya_1	Membayar zakat fitrah melalui LAZ	0,765	5.690%
	budaya_2	Membayar zakat maal melalui LAZ	0,614	
	pribadi_3	Percaya jika dikumpulkan melalui LAZ hasilnya akan lebih besar	0,515	
Faktor 6	psikologis_2	Adanya laporan dari LAZ ke donatur	0.857	5.518%
	psikologis_4	Kantor LAZ memberi informasi secara lengkap	0,688	

Faktor	Variabel	Pernyataan	Loading Factor	Variance (%)
Faktor 7	pribadi_5	Membayar Melalui LAZ karena informasinya gencar	0,743	5.103%
	budaya_7	Membayar zakat setiap habis panen	0,462	

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, terbentuk 7 Faktor yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor kelompok acuan, faktor psikologis dan faktor informasi. Berikut analisis lebih lengkapnya :

1. Faktor pertama faktor budaya

Dari hasil analisis faktor, faktor pertama yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor budaya. Faktor budaya atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat berdasarkan budaya ini dipengaruhi karena kebiasaan masyarakat menyalurkan zakatnya kepada tetangga, keluarga dan tempat tinggal orang tua mereka. Budaya ini mencerminkan pengetahuan masyarakat Desa Bojongasih yang berisi anjuran tentang memberi zakat pada kerabat terdekat sebagaimana diterangkan dalam QS Ar-Rum ayat 28 yang artinya *“Maka berikanlah kepada kerabat yang terdekat akan haknya, demikian (pula) kepada fakir miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridhaan Allah; dan mereka itulah orang-orang beruntung.”* (QS: Ar-Rum: 28). Selain pada QS Ar-rum, anjuran memberi zakat pada kerabat terdapat pada ayat lain yaitu pada QS Al-Isra ayat 27 yang artinya *“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”* (QS: Al-Isra: 27)

Ketentuan membayar zakat pada kaum kerabat terdekat lebih lanjut dijelaskan dalam Kitab Al-Majmu' ala Syarhil Muhadzab berikut : *“Jika pemilik harta yang wajib zakat memiliki kerabat yang tidak wajib baginya untuk menafkahi mereka, seperti saudara laki-laki, saudara perempuan, paman dari jalur ayah, bibi dari jalur ayah, paman dari jalur ibu, bibi dari jalur ibu, anak-anak mereka dan kerabat lainnya, keadaan kerabat tersebut fakir atau miskin, atau memiliki sifat lain dari golongan orang-orang yang wajib zakat, maka boleh membagikan zakat kepada mereka, bahkan para kerabat ini lebih berhak dari orang lain,”* (Syekh Mushtafa Said Al-Khin dan Syekh Mushtafa Al-Bugha, Al-Fiqhul Manhaji 'alal Madzhabil Imamis Syafi'i, juz II, halaman 42).

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Bojongasih belum membayar zakat melalui Lembaga amal zakat karena budaya masyarakat masih menyalurkan zakatnya kepada tetangga, keluarga terdekat dan tempat tinggal orang. Dibalik faktor yang mendorong masyarakat Desa Bojongasih dalam budaya menyalurkan zakat pada tetangga, keluarga dan tempat tinggal orang tua, berdampak pada kurangnya minat masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat. Sementara itu, tujuan didirikannya LAZ agar dana yang terhimpun dari masyarakat menjadi lebih besar, sehingga dapat digunakan untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan aktivitas yang bersifat produktif dan berkelanjutan, dengan harapan dana-dana tersebut dapat dikembangkan untuk memandirikan kehidupan ekonomi masyarakat

2. Faktor kedua faktor sosial

Faktor kedua yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor sosial. Faktor sosial atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat berdasarkan sosial ini terpengaruh dari kebiasaan orangtuanya dan lingkungan sosial masyarakat itu sendiri. Penelitian (Ayu, 2013) menyebutkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat membayar zakat. Lingkungan sosial dapat dijadikan sebagai dasar sebuah pengajaran karena merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang atau individu. Lingkungan sosial menurut individu, seperti lingkungan keluarga,

masyarakat, dan lingkungan tempat kerja. Apabila lingkungan sosialnya banyak yang membayar zakat, maka secara perlahan akan mempengaruhi kebiasaan individu tersebut dalam membayar zakat berdasarkan lingkungan ia bekerja atau betempat tinggal.

Adapun penelitian (Fasa, 2020) menyatakan bahwa Intensi Muzakki melakukan pembayaran zakat dipengaruhi oleh sikap muzaki terhadap atribut-atribut yang melekat pada pembayaran zakat tersebut, mempertimbangkan pengaruh dari orang-orang dari lingkungan terdekatnya, dan dipengaruhi juga oleh persepsi terhadap kendali perilaku berupa faktor pendukung dan faktor penghambat. Sedangkan menurut (Daulay & Lubis, 2015) menyatakan bahwa LAZ harus memberikan kemudahan akses kepada masyarakat berupa lokasi yang mudah dijangkau, atau dengan menjemput langsung zakat muzakki/masyarakat khususnya masyarakat Kecamatan Medan Tembung, agar masyarakat/muzakki termotivasi untuk membayar/menyalurkan zakat di instansi BAZIS/LAZ.

Berdasarkan Pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat kelompok ini cenderung mengikuti apa yang sering mereka lihat di kehidupan sehari-harinya dan mengikuti apa yang biasa dilakukan oleh orang-orang terdekatnya, termasuk dalam menyalurkan zakat melalui Lembaga amil zakat. Jika suatu keluarga atau kerabat dan tetangga terdekat biasa membayar zakat langsung ke masjid terdekat maka anggota keluarga yang lainpun akan terbiasa membayar zakat langsung ke masjid terdekat. Begitupun jika lingkungan sosial masyarakat biasa membayar zakat kepada Lembaga amil zakat maka akan mempengaruhi masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui lembaga. Karena kegiatan membayar zakat dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang dimilikinya sehingga dapat mempengaruhi proses keputusan dalam memilih Lembaga untuk membayar zakat. Kemudahan jangkauan LAZ juga menjadi faktor pendorong masyarakat dalam menyalurkan zakatnya pada LAZ, jika lembaga tersebut memiliki lokasi yang mudah dijangkau, maka akan banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan lembaga tersebut dan memudahkan masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga tersebut.

3. Faktor ketiga faktor pribadi.

Faktor ketiga yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor pribadi. Faktor pribadi atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat berdasarkan pribadi ini didorong berdasarkan tingkat pendapatan seseorang yang memadai, pengetahuan mengenai LAZ yang membentuk kredibilitas pegawai LAZ itu sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fasa, 2020) Menyebutkan bahwa Faktor pribadi yang menjadi keputusan seseorang untuk membayar zakat dipengaruhi oleh kesadaran yang tinggi para muzakki, pendapatan, usia, tahap siklus hidup, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian. Hasil penelitian (Kartika, 2019) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan maka mempengaruhi tingkat kesadaran muzakki terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Salatiga. Hasil penelitian (Muslih, 2020) menunjukkan kualitas dan kredibilitas dapat mempengaruhi preferensi muzaki dalam mengeluarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat. Kredibilitas lembaga amil zakat merupakan hal yang sangat penting guna meningkatkan kepercayaan masyarakat pada lembaga pengelola zakat dan menjamin rasa aman dari seorang muzaki untuk menyalurkan zakatnya.

Berdasarkan Pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa kelompok masyarakat ini didorong berdasarkan tingkat pendapatnya, karena pendapatan memiliki hubungan mengenai apakah harta tersebut sudah mencapai nishab atau belum, disamping itu pula berpengaruh terhadap besar jumlah zakat yang akan dikeluarkan oleh muzakki. Selain itu, pengetahuan masyarakat mengenai LAZ juga dapat mendorong penyaluran zakat melalui LAZ. Jika masyarakat mengetahui adanya LAZ dan memiliki pengetahuan yang baik mengenai LAZ maka ada rasa tenang dan nyaman saat masyarakat menyalurkan zakatnya melalui Lembaga amil zakat.

4. Faktor keempat faktor kelompok acuan

Faktor keempat yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor kelompok acuan. Faktor kelompok acuan atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat berdasarkan kelompok acuan ini terpengaruh dari peran Ustadz/Tokoh agama sekitar. Hal ini didukung dengan penelitian (Jauhara, 2018) menyatakan bahwa banyak

pengaruh dari adanya figur Kiai Much Imam Chambali (Tokoh Masyarakat). Figur Kiai Much Imam Chambali mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa di Yayasan Al-Jihad. Kiai Much Imam menjadi acuan dikalangan masyarakat, menjadi pemberi solusi terbaik, selalu menjadi penengah dalam setiap permasalahan yang dikeluhkan jamaah (masyarakat). Selain itu, penelitian (Fitriyah, 2017) menyatakan bahwa jika tokoh masyarakat turut berperan dan profesionalitas pengelolaan dana Lembaga baik, maka motivasi masyarakat untuk berzakat melalui LAZ cenderung tinggi.

Peran Ustadz/ Tokoh Agama setempat mempunyai fungsi penting dalam menggerakkan dan meningkatkan minat masyarakat serta memberikan arahan dan informasi mengenai LAZ, melalui Pengajian pada Majelis Ta'lim yang dilaksanakan di daerah setempat maupun antar personal. Oleh karena itu, pada faktor ini mayoritas kelompok ini menyetujui bahwa mereka membayar zakat maal setahun sekali jika penghasilan yang dihasilkan oleh masyarakat sudah memenuhi nishab atau perhitungan zakat.

5. Faktor kelima faktor jenis zakat

Faktor kelima yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor jenis zakat. Faktor kelima atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat yang menyalurkan berdasarkan jenis zakat yaitu zakat fitrah yang disalurkan melalui LAZ. Kelompok ini membayarkan zakat fitrah melalui LAZ karena mereka memiliki anggapan dan kepercayaan bahwa jika mereka menyalurkan zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat maka hasilnya akan lebih besar dan pendistribusianya akan tepat sasaran kepada mustahiq yang berhak. Selaras dengan penelitian (Maizal, 2018) menyatakan bahwa dengan menyalurkan zakat melalui amil zakat maka berbagai kesalahan dan ketimpangan dalam pendistribusian zakat tersebut tentu dapat diatasi, sehingga zakat terkumpul, terkelola dan terbagi sesuai dengan prinsip dan ketentuan syar'i. Di samping itu, banyak hadis rasulullah yang menunjukkan bahwa pembayaran zakat harus melalui amil, dan bahkan jika sudah dibayarkan kepada amil maka lepaslah tanggung jawab muzakki, sebagaimana yang dijelaskan pada hadis-hadis yang dikutip berikut Ibnu Umar berkata, *“Serahkanlah zakat hartamu kepada orang yang telah ditunjuk oleh Allah untuk mengurus urusanmu (pemimpin), siapa berbuat baik maka untuk dirinya, dan siapa yang berbuat dosa maka juga untuk dirinya.”* Selain itu, dalam penelitian (Hendriyansyah, 2013) menyebutkan BAZNAS sering menghimbau kepada para pihak muzaki yang ingin menunaikan zakat sebaiknya melalui lembaga-lembaga amil zakat yang kantornya tersebar diseluruh Indonesia. Hal ini dapat memudahkan kaum muzaki tanpa perlu bingung untuk mengumpulkan para mustahik. Sehingga semua pihak bisa tentram dalam menunaikan dan menerima zakat karena sudah dikelola dan didistribusikan oleh BAZNAS dengan baik, akuntabel dan dapat dipercaya.

6. Faktor keenam faktor psikologis

Faktor keenam yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor psikologis. Faktor psikologis atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat yang menyalurkan zakat nya berdasarkan pengetahuan dan kepercayaannya terhadap akuntabilitas Lembaga Amil Zakat. Selaras dengan penelitian (Musarfoh, 2022) hasil penelitian ini menunjukkan bahawa akuntabilitas pengelolaan zakat berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui BAZNAS Jember. Ini disebabkan muzakki membutuhkan pertanggungjawaban tersebut untuk dapat melihat sejauh mana pencapaian pengelolaan zakat pada lembaga pengelola zakat (Nurhasnah & Suryani, 2018) Agar kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam ber zakat ini menjadi semakin tumbuh subur maka dapat diwujudkan melalui kinerja Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang akuntabel, transparan dan profesional. Untuk itu lembaga amil zakat harus memiliki Laporan keuangan yang merupakan cerminan dari pengelolaan keuangan yang baik.

Kelompok masyarakat ini mayoritas menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa penyaluran zakat tidak selalu diiringi dengan laporan dan informasi yang lengkap kepada donatur. Hal ini menjadi perhatian dan evaluasi untuk LAZ untuk membentuk akuntabilitas dan transparansi informasi yang berkaitan dengan penyaluran zakat itu sendiri kepada para donatur, guna

membentuk integritas dan kepercayaan publik sebagai bentuk pertanggungjawaban dari amanah yang diberikan dan berujung kepada citra LAZ itu sendiri. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi akuntabilitas pada lembaga pengelola zakat, maka akan semakin meningkat juga kepercayaan dan minat masyarakat untuk berzakat melalui lembaga amil zakat tersebut.

7. Faktor ketujuh Informasi

Faktor ketujuh yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Laz adalah faktor informasi. Faktor informasi atau bisa disebut dengan kelompok masyarakat yang menyalurkan zakat nya berdasarkan ketanggapan yang informasi yang dilakukan oleh LAZ. Informasi yang gencar dan tanggap menjadi faktor pendorong masyarakat menyalurkan zakat itu sendiri sebagai bentuk pengingat untuk membayarkan zakat melalui LAZ. Dengan adanya informasi yang gencar dan tanggap, masyarakat akan mudah mengakses informasi dalam berbagai hal yang berkaitan dengan penyaluran zakat ini. Hal ini menguatkan penelitian (Putri, 2020). Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa sosialisasi bernilai positif terhadap minat membayar zakat. Ini berarti lembaga amil harus melakukan sosialisasi yang rutin agar masyarakat mengetahui informasi mengenai LAZ tersebut dan menambah minat masyarakat untuk membayar zakat melalui Lembaga amil zakat.

Faktor Dominan Yang Menentukan Perilaku Masyarakat Desa Bojongasih Terhadap Lembaga Amil Zakat Kecamatan Parakansalak

Faktor yang paling dominan adalah faktor budaya atau kelompok masyarakat berdasarkan budaya yang memberikan kesimpulan bahwa perilaku masyarakat Desa Bojongasih belum membayar zakat melalui Lembaga amil zakat. Mayoritas masyarakat masih didorong oleh faktor budaya yang terjadi secara turun temurun sehingga menjadi suatu kebiasaan dalam menyalurkan zakat kepada tetangga, keluarga dan tempat tinggal orang tua mereka. Kelompok masyarakat ini meyakini bahwa dengan mereka menyalurkan zakatnya kepada kerabat terdekat merupakan prioritas yang lebih utama dibandingkan menyalurkan zakatnya kepada lembaga zakat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang menentukan perilaku masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat Kecamatan Parakansalak di Desa Bojongasih. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tujuh faktor yang menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) Desa Bojongasih Kecamatan Parakansalak Kabupaten Sukabumi yaitu terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor kelompok acuan, faktor jenis zakat, faktor psikologis dan faktor informasi.
2. Terdapat faktor yang paling dominan dalam menentukan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui LAZ adalah faktor pertama atau faktor budaya. Perilaku masyarakat Desa Bojongasih belum membayar zakat melalui Lembaga amil zakat. Mayoritas masyarakat masih didorong oleh faktor budaya yang terjadi secara turun temurun sehingga menjadi suatu kebiasaan dalam menyalurkan zakat kepada tetangga, keluarga dan tempat tinggal orang tua mereka Faktor ini sangat erat dengan pemahaman masyarakat dalam menyalurkan zakatnya sebagaimana diajarkan dalam Al-Quran Surat Al-Baqorah ayat 215, Surat Ar-Rum ayat 38 dan Surat Al-Isra ayat 26.

Acknowledge

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena hanya dengan berkat, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini, Serta terimakasih kepada kedua Orangtua, Dosen Pembimbing, seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan serta seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan penelitian artikel ini.

Daftar Pustaka

- [1] Syafitra, M. (2019). Persepsi Normatif Masyarakat Terhadap Pembayaran Zakat Fitrah Melalui Lembaga Amil Zakat (Studi Di Kecamatan Mamajang Kota Makassar). *Jurnal Tomalebbi Jurnal Pemikiran, Penelitian Hukum, Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, III(4), 54.
- [2] Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat
- [3] Sugiyono 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d. Bandung: Alfabeta
- [4] Kotler, P., and K.L. Keller. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Alih Bahasa Damos Sihombing*. 8th ed. Jakarta: Erlangga.
- [5] Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- [6] Al-Quran Kementerian Agama RI, Alquran dan Terjemahannya, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015
- [7] Fasa, A. (2020). Intensitas Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Resmi Jawa Barat. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*.
- [8] Kartika, I. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaranmembayar Zakat Sebagai Variabel Intervening. *Tesis*.
- [9] Muslih, F. R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas dan Kredibilitas, dan Transparansi terhadap Preferensi Muzaki dalam Memilih Membayar Zakat Maal melalui Lembaga Amil Zakat (Analisis pada Kecamatan Banyuwangi, Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*,
- [10] Jauhar, M. A. (2018). Analisis figur Kiai Much Imam Chambali terhadap peningkatan donatur dana sosial di yayasan al-Jihad Surabaya.
- [11] Surya,Nadya Gisselvannia Putri,Riani,Westi (2022). *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Pembiayaan Musyarakah dan Inflasi terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia Tahun 2006 - 2020*. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 2(2). 133-138.