

Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah

Okta Yuripta Syafitri¹⁾, Najla²⁾, Nurul Huda^{3*)}, Nova Rini⁴⁾

^{1,2}Mahasiswa S2 Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Universitas Indonesia

³Universitas Yarsi, Jakarta

⁴STIE Muhammadiyah, Jakarta

*Email Korespondensi. Nurul.huda@yarsi.ac.id

Abstract

This study aims to examine the factors that influence the decision of individual to pay zakat, infaq and sadaqah. These study researchers using two factors, namely religiosity and income level. Respondents of this research were people from Jakarta, Bogor, Depok and Tangerang, (Jabodetabek) Indonesia. Data was collected based on survey results from the distribution of questionnaires to 100 respondents and tested using PLS-SEM analysis. The path coefficient test results indicate the value of T statistics for religiosity is 2,407, which means that religiosity, has a significant effect on the decision to pay ZIS. While T statistics for the income level showed a result of 4,715. Based on these results it can be seen that the level of income has more significant effect on the decision to pay ZIS. Therefore, it can be concluded that the level of income has more significant effects on paying ZIS decisions than the effect of religiosity.

Keywords: Islamic religiosity, Income Level, Consumer behavior, Zakat Infaq Sadaqah

Saran sitasi: Syafitri, O. Y., Najla., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 34-40. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini tujuan dari konsumsi mengalami pergeseran yang mulanya hanya sekedar untuk pemenuhan kebutuhan menjadi beralih kepada gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup menjadi tuntutan untuk memperoleh kepuasan diri sendiri dan pengakuan dari sekitar, inilah yang menyebabkan budaya konsumerisme menjamur di masyarakat dan menyebabkan masyarakat memiliki ketergantungan dalam berkonsumsi. (Syaputra, 2017)

Tingkat pendapatan menjadi penentu utama konsumsi, bahkan pada beberapa individu dengan penghasilan yang sama akan tetapi memiliki pengeluaran yang berbeda. (Damanhur, 2018) Islam secara eksplisit telah mengatur kegiatan konsumsi. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi konvensional, akan tetapi Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan – kegiatan konsumsi yang membawa kemaslahatan bagi dirinya dan orang lain. Di dalam

Al-Qur'an ajaran tentang konsumsi dituliskan dalam Surat Al A'raf ayat 31:

“Hai anak Adam, pakailah pakaian kalian yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

Agama menjadi indikator penting bagi manusia pada proses pembuatan keputusan, dimana agama menjadi fondasi utama yang dapat mengarahkan manusia untuk berperilaku sesuai hukum dan etika. (Ahmad, 2015) Dalam beragama, manusia memiliki unsur religiusitas yang tentunya akan mempengaruhi pola berkonsumsi serta kemana orang tersebut akan membelanjakan hartanya. Aktivitas ekonomi meliputi produksi, konsumsi dan pertukaran yang menyangkut *masalah* harus dikerjakan atas dasar *religious duty* atau ibadah. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia saja tetapi juga kesejahteraan diakhirat (*falah*). Zakat, Infaq dan Sadaqah (ZIS) menjadi tiga indikator yang dapat mencapai *falah*.

Pengembangan dan pemanfaatan ZIS di Indonesia sangat potensial, akan tetapi tingkat kesadaran masyarakat dalam membayarkan ZIS masih tergolong rendah hal ini ditunjukkan dengan skala nasional zakat yang dikumpulkan oleh lembaga badan amil resmi baru mencapai Rp. 8, 1 triliun padahal potensi zakat di Indonesia dapat mencapai Rp 232 Triliun yang berasal dari 209 juta umat Islam di Tanah Air. Hal ini dinyatakan oleh Bambang Sudibyo selaku Ketua Badan Amil Zakat Nasional. (Indonesia, 2019)

Presiden Joko Widodo juga menyampaikan pada acara Penyerahan zakat yang dilakukan di Istana Negara bahwa, “Zakat sangat penting sekali untuk menggerakkan baik pertumbuhan ekonomi, mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan rakyat, dan mendorong Indonesia menjadi pusat ekonomi syariah dunia”. (Ashari, 2019) Melihat fakta yang terjadi dan urgensi ZIS dalam meningkatkan kesejahteraan, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek yang menyebabkan rendahnya tingkat pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah ditinjau dari faktor tingkat religiusitas dan pendapatan khususnya di kalangan Masyarakat Jabodetabek.

Kajian Literatur

Religiusitas

Glock membagi unsur religiusitas menjadi lima dimensi, yang pertama yaitu dimensi ideologi yang merujuk pada kepercayaan (*faith*), yang kedua yaitu dimensi ritual terkait pada praktek – praktek peribadatan, yang ketiga yaitu dimensi pengetahuan atas eksperimen yang mengacu pada kedalaman pengalaman dalam beragama sebagai ukuran dari tingkat religiusitas, yang keempat yaitu dimensi intelektual yang menjelaskan tentang kajian keagamaan yang ditaati oleh para pemeluknya untuk memperkuat keyakinan terhadap agama yang dianut dan yang terakhir yaitu dimensi konsekuensial untuk mengidentifikasi hasil tindakan yang diambil oleh pemeluk suatu agama dalam mematuhi empat dimensi sebelumnya sebagai pedoman dalam berperilaku. (Rahim, 2014)

Terdapat beberapa persamaan antara Konsep yang dipaparkan Glock dengan konsep religiusitas dalam Islam. Dimensi religiusitas dalam Islam dibagi menjadi tiga yaitu: Akidah (Islam), Ibadah (Syariah), Akhlak (Ihsan). Ketiga unsur ini saling berkesinambungan Akidah merupakan iman wujud kepercayaan seorang muslim bahwa Tuhan itu Allah dan Muhammad SAW sebagai Rasul Nya serta

mengimani dan melaksanakan rukun iman dan rukun islam. Terkait dengan dimensi kedua yaitu ibadah adalah ibadah murni (*mahdah*) seperti: shalat, zakat, puasa dan haji, terakhir yaitu dimensi akhlak berhubungan dengan tindakan dan perilaku seorang muslim terhadap sesama nya yang dipengaruhi oleh nilai – nilai dalam Islam seperti, perintah saling menolong, memberi kepada yang membutuhkan, berlaku jujur, tidak korupsi dll. (Ancok, 2000)

Ketaatan seorang hamba kepada Tuhannya dapat dikonotasikan sebagai wujud religiusitas dalam beragama, agama menjadi unsur terpenting dalam diri seseorang. Dalam Islam terdapat iman pada diri pemeluknya, iman inilah yang berperan sebagai navigator, sehingga ada batasan – batasan yang mengikat diri manusia dalam membuat keputusan dan berperilaku sehingga manusia tidak bertindak semaunya yang dapat merugikan orang lain. Berkaitan dengan religiusitas telah tersirat di dalam surat Al-Baqarah ayat 208: “*Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagim.*

Pendapatan

Pendapatan adalah pemasukan material yang diperoleh seseorang dari berbagai sumber yang diketahui setelah melaksanakan tugas atau melakukan suatu pekerjaan. Menurut Qardhawi pendapatan dapat berupa material yang berupa jasa sewa tanah, maupun non material seperti upah dari sebuah pekerjaan tertentu. (Satrio, 2016)

Distribusi pendapatan juga telah diatur dalam Islam mengingat nilai – nilai Islam merupakan faktor endogen dalam rumah tangga seorang muslim. Selain untuk konsumsi pribadi, tabungan, dan investasi, Islam memerintahkan pendistribusian pendapatan atas shadaqah yang terbagi menjadi dua, yaitu shadaqah wajibah dan shadaqah nafilah. Shadaqah wajibah berupa zakat mal dan shadaqah nafilah berupa infaq dan sedekah (Edwin, 2017).

Zakat, Infaq, dan Sedekah Sebagai Instrumen Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi dalam Islam memiliki tujuan dan acuan yang jelas, yaitu sebagai sarana beribadah kepada Allah. Konsumsi dibangun atas dua hal, kebutuhan (hajatan) dan kepuasan atau kegunaan (manfaat) dengan adanya kebutuhan akan suatu barang atau jasa, seseorang mendapatkannya untuk memenuhi hajatan tersebut sehingga mendatangkan manfaat sejalan dengan tujuan Islam yaitu masalah.

Dalam jurnal Sri Wahyuni (2013) teori konsumsi Islam menurut pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (P3EIII) 2011 adalah pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa yang memberikan masalah atau kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri.

Zakat merupakan salah satu instrument yang dapat digunakan untuk mengurangi polemik kemiskinan di Indonesia, terkumpulnya dana zakat secara berkelanjutan menjadi solusi kesejahteraan masyarakat kurang mampu, sesuai tujuannya. Sumber dana lain seperti infaq dan shadaqah juga dapat berperan secara fungsional untuk memberdayakan masyarakat yang belum terbantu dengan sistem jaminan sosial (Abdul Haris Nasution, 2017) Mengoptimalkan dana ZIS secara otomatis memberikan efek domino terhadap perkembangan perekonomian baik individu, masyarakat dan negara, dengan pembangunan lapangan kerja, peningkatan pendapatan serta daya beli kaum dhuafa, dan bentuk pertumbuhan ekonomi lainnya (Khairina, 2019)

Beberapa perbedaan mendasar dari ZIS (Zakat, Infaq dan shadaqah) yaitu, zakat adalah kewajiban untuk mengeluarkan sebagian harta apabila sudah mencapai nisab (batas minimal) dan haulnya terpenuhi, serta hukumnya wajib bagi setiap muslim. Dalam Alquran surah Al- Bayyinah, ayat: 5 *“Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian Itulah agama yang lurus. Lurus berarti jauh dari syirik (mempersekutukan Allah) dan jauh dari kesesatan”*

Sedangkan Infaq dan sedekah, menurut terminology *syari'at* memiliki makna yang sama, termasuk tujuan dan segala ketentuannya. Perbedaan terletak pada batasan infaq yang hanya terbatas dalam bentuk materi sedangkan sedekah mencakup hal yang lebih luas (pertolongan, sikap, dan lain- lain) atau non-materil (Nazlah 2019). Didalam Alquran Allah berfirman dalam surah Al Baqarah: 254 *“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at, dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim”*

Teori Keputusan Konsumen

Proses pengambilan keputusan oleh konsumen secara normal akan melewati beberapa tahap sebelum

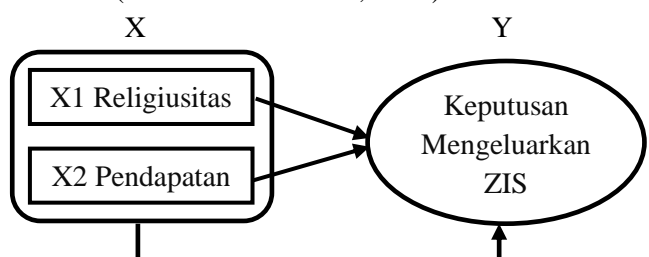
terbentuknya sebuah keputusan yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang tercermin dalam kegiatannya. Menurut Dharmmesta dan Handoko (2012) perilaku konsumen (consumer behavior) adalah kegiatan individu secara langsung untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa yang mana, didalamnya terdapat pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Keputusan dapat menjadi salah satu alternatif pemecahan terhadap suatu masalah, menurut (Muhamad, 2017) pengambilan keputusan akan mempengaruhi potensi pemecahan masalah seseorang dan organisasi, sebab keputusan dapat direfleksikan sebagai bentuk evaluasi terhadap tujuan individu maupun kelompok. (Armstrong, 2012) berpendapat bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat factor utama yaitu: Faktor Kebudayaan: Budaya, Sub-kultur, kelas social, Faktor Sosial: Kelompok dan jaringan kerja, keluarga, peran dan status, Faktor Personal atau Pribadi: Umur, pekerjaan, kepribadian, situasi ekonomi, dan gaya hidup, Faktor psikologi: Motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat jabodetabek, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dari populasi. Variabel penelitian meliputi tingkat religiusitas dan pendapatan, serta faktor keputusan konsumen dalam ZIS (zakat, infaq, sedekah).

Jenis data akan dikumpulkan dengan kuesioner, secara singkat yaitu teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi dari responden (Drs.Syahrum.M.Pd, 2012) sebagai data primer, dan data sekunder sebagai pelengkap. Selanjutnya data yang terkumpul akan dianalisis dengan SEM PLS untuk mengetahui hubungan langsung variable exogenous dan variable endogenous yaitu religiusitas, pendapatan dan hubungannya terhadap keputusan mengeluarkan ZIS. PLS adalah alat statistic untuk menganalisis data empiris dan memvalidasi instrument yang mengukur variabel (Abubakar U.Farouk, 2017).



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 responden, dengan kriteria merupakan masyarakat yang berdomicili di Jabodetabek. Berdasarkan kriteria ini, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik demografi	Sub-karakteristik	Persentase
Umur	18-<25	62%
	25-<30	18%
	35-<40	15%
	>=40	5%
Domisili	Jakarta	39%
	Bogor	14%
	Depok	10%
	Tangerang	19%
	Bekasi	18%
	Gender	Laki-laki
	Perempuan	63%
Status	Single	76%
	Menikah	23%
	Janda/Duda	1%
Pekerjaan	Mahasiswa	43%
	Pegawai swasta/Negeri	35%
	Wiraswasta	8%
	Lainnya	14%
Penghasilan	<Rp 5 Juta	71%
	Rp 5 Juta-<Rp 10 Juta	19%
	Rp 10 Juta-<Rp 20 Juta	7%
	>=Rp 20 Juta	3%

Pada tabel 1 diatas, terlihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan (63%) dan usia 18-<25 tahun (62%). Respon sebagian besar adalah mahasiswa (43%) dan yang berpenghasilan <Rp 5 Juta sebanyak (71%).

Model Pengukuran (Measurement Model)

Model pengukuran bertujuan untuk menetapkan validitas dan realibilitas karakteristik konstruk dan mendefinisikan dengan variable manifestnya, disebut juga outer model atau outer relation (Sumertajaya, 2008). Terdapat dua jenis model yaitu model indikator formatif dan model indikator refleksif. Model indikator refleksif terjadi apabila variable manifest dipengaruhi oleh variable laten, sedangkan model formatif mengasumsikan bahwa variable manifest mempengaruhi variable laten dengan arah kausalitas. Evaluasi model pengukuran terdiri dari tiga tahap uji validitas kovergen, uji validitas diskriminan dan uji realibilitas komposit.

Uji Validitas Kovergen

Pengujian validitas untuk indikator reflektif dilakukan dengan menggunakan korelasi antara skor indikator dan skor item konstraknya, sehingga dapat diketahui perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk apabila indikator lain pada konstruk yang sama berubah. Berikut hasil perhitungan menggunakan program smart PLS 3.0:

Tabel 2. Output Result of Outer Loading

	Religiusitas X1	Pendapatan X2	Keputusan Mengeluarkan ZIS Y1
x1.1	0.681		
x1.2	0.627		
x1.3	0.873		
x1.4	0.685		
x2.1		0.518	
x2.2		0.837	
x2.3		0.617	
x2.4		0.635	
x2.5		0.819	
y1.1			0.680
y1.2			0.783
y1.3			0.502
y1.4			0.588
y1.5			0.765

Sumber: Data primer diolah, 2019

Output diatas menunjukkan bahwa *loading factor* menghasilkan nilai diatas dari nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,5 Indikator dalam penelitian ini berdasarkan data diatas telah memenuhi uji validitas konvergen (*convergen validity*).

Uji Validitas Diskriminan

Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*) dengan membandingkan nilai pada tabel *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai *loading factor* tertinggi terhadap konstruk yang dituju dibandingkan dengan nilai *loading factor* kepada konstruk lain.

Tabel 3. Output Cross Loading

Konstruk	Religiusitas X1	Pendapatan X2	Keputusan ZIS Y1
X1.1	0.681	0.369	0.431
X1.2	0.627	0.371	0.365
X1.3	0.873	0.540	0.603
X1.4	0.685	0.567	0.439
X2.1	0.185	0.518	0.355
X2.2	0.605	0.837	0.641
X2.3	0.314	0.617	0.364
X2.4	0.423	0.635	0.369

Konstruk	Religiusitas X1	Pendapatan X2	Keputusan ZIS Y1
X2.5	0.582	0.819	0.656
Y1.1	0.323	0.455	0.680
Y1.2	0.479	0.552	0.783
Y1.3	0.384	0.329	0.502
Y1.4	0.306	0.493	0.588
Y1.5	0.626	0.554	0.765

Sumber: Data primer diolah, 2019

Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, suatu variabel laten dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik apabila nilai composite reliability lebih besar dari 0,7. Uji Composite reliability ini bertujuan untuk mengetahui nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel Laten

Konstruk	Composite Reliability	Keterangan
Religiusitas x1	0.811	Reliabel
Pendapatan x2	0.820	Reliabel
Keputusan ZIS y1	0.801	Reliabel

Sumber: Output data primer diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai Composite Reliability 0,7 sehingga dapat dikatakan semua variabel laten reliable.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah dilakukan pengujian model structural, maka selanjutnya dilakukan evaluasi model structural (Inner Model) untuk melihat kecocokan antar variabel dalam model structural. Pengujian inner model dilakukan melalui analisis RSquare (R²), Multicollinearity, F-Square (F²), Q-Square (Q²) dan Good of Fit (GoF). Berikut adalah uraian dari masing-masing komponen pengujiannya:

Uji Determinasi (R²) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan pengujian R².

Tabel 5. Uji R Square

Variabel	R Square
Keputusan ZIS y1	0.577

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan nilai R Square pada tabel diatas, menunjukkan bahwa religiusitas dan pendapatan dapat mempengaruhi keputusan mengeluarkan ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) sebesar 57,7% atau sebesar 0.577.

Uji Multicolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui bahwa suatu variabel yang diukur tidak terjadi kolerasi dengan konstruk lainnya. Pengujian dilakukan dengan uji kolerasi antar independen variabel dengan Variance Inflation Factor (VIF) >5 atau batas nilai adalah 10 dengan batas nilai toleransi 0.1. Jika nilai VIF >10 dan nilai toleransi >0.1 maka terdeteksi adanya multikolinearitas. Dibawah ini merupakan t label hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat melalui nilai VIF:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	x1	x2	y1
x1 Religiusitas			1.708
x2 Pendapatan			1.708
y1 Keputusan ZIS			

Sumber: Data primer diolah, 2019

Hasil pengujian VIF yang dilakukan menunjukkan hasil 1.708, yang artinya penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

Uji F-Square (F²)

Uji ini dilakukan untuk menganalisa tingkat pengaruh kekuatan predictor variabel. Nilai F² menjadi landasan cocok atau tidaknya suatu variabel dalam model penelitian. Berikut hasil pengujian F-Square:

Tabel 7. Uji F-Square

Variabel	Original Sample
x1 Religiusitas	0.139
x2 Pendapatan	0.368
y1 Keputusan ZIS	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh dari predictor variabel religiusitas terhadap keputusan mengeluarkan ZIS sebesar 0.139, yang berarti status pengaruh predictor tersebut lemah. Sedangkan pengaruh predictor variabel pendapatan terhadap keputusan mengeluarkan ZIS yakni sebesar 0.368. Hasil tersebut nilainya kurang dari 2.70 yang mengindikasikan bahwa variabel pengaruh pendapatan kurang tepat digunakan dalam model penelitian.

Uji Q Square (Q²)

Pengujian ini dilakukan untuk menganalisa seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model. Apabila nilai Q Square yang melebihi nol, berarti memiliki nilai predictive relevance yang baik, sedangkan jika nilainya kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance yang baik. Berikut merupakan hasil perhitungan Q Square secara manual:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R^2) \\
 &= 1 - (1 - 0.577) \\
 &= 1 - 0.423 \\
 &= 0.577
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka model penelitian dapat dikatakan memiliki *predictive relevance* yang baik.

Uji Kelayakan Model

Uji kebaikan model (*Goodness of Fit*) dilakukan untuk mengetahui seberapa baik model penelitian yang digunakan dengan data penelitian yang diperoleh. Analisis data dengan menggunakan PLS-SEM memerlukan perhitungan secara manual untuk mendapatkan nilai GoF.

Adapun rata-rata (*Average Variance Extracted*) dalam penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh yakni sebesar 0.486 dan nilai R adalah sebesar 0.577. Berikut hasil perhitungan uji kelayakan model:

$$\begin{aligned}
 GoF &= \sqrt{AVE \times R} \\
 GoF &= \sqrt{0.486 \times 0.577} \\
 &= \sqrt{0.280422} \\
 &= \sqrt{0.5295}
 \end{aligned}$$

Nilai GoF yang dihasilkan sebesar 0.5295 mengindikasikan bahwa model yang digunakan memiliki *Goodness of Fit* yang sangat baik, dengan acuan melebihi nilai batas 0.38.

Uji Path Coefficient

Uji *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji path coefficient yang telah dilakukan:

Tabel 8. Uji Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
x1 -> y1	0.317	0.314	0.132	2.407	0.018
x2 -> y1	0.515	0.524	0.109	4.715	0.000

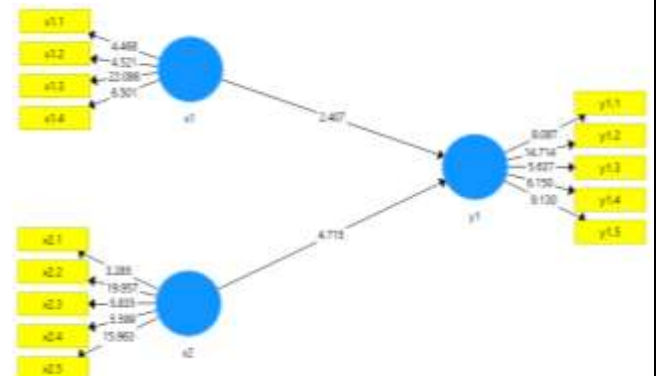
Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian, tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dalam model ini memiliki *path coefficient* dengan angka yang positif. Apabila nilai path coefficient dalam suatu variabel independen terhadap variabel semakin besar, maka semakin signifikan pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

Hasil uji path coefficient diatas menunjukkan nilai *T statistics* religiusitas sebesar 2.407, yang mana nilai tersebut > 1.983 yang berarti religiusitas

berpengaruh signifikan bagi keputusan mengeluarkan ZIS. Sedangkan bagi *T statistics* pendapatan menunjukkan hasil sebesar 4.715, dimana nilai tersebut > 1.983. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pendapatan berpengaruh lebih signifikan terhadap keputusan mengeluarkan ZIS.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh lebih besar terhadap keputusan ZIS dibandingkan dengan pengaruh religiusitas. Maka dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan, model akhir dari penelitian ditunjukkan seperti pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Output Model Penelitian

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ditemukan bahwa masyarakat wilayah jabodetabek memiliki intensitas mengeluarkan zakat, infaq dan sadaqah yang cukup tinggi. Hal ini sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Armstrong bahwa perilaku konsumen dipengaruhi setidaknya oleh empat faktor, yaitu faktor kebudayaan, social, personal dan psikologi.

Apabila ditilik dari setiap individu dalam keputusan mengeluarkan zakat, infaq dan sadaqah maka, hal ini dipengaruhi oleh tingkat religiusitas yang berkaitan dengan keyakinan bahwa mereka meyakini sebagian dari harta yang mereka peroleh merupakan hak milik orang lain yang harus dikeluarkan rutin dalam bentuk zakat dan yang bersifat tidak rutin dalam bentuk infaq dan sadaqah. Selain itu mereka juga memahami bahwa akan ada konsekuensi yang akan mereka dapatkan jika meninggalkan kewajiban berzakat. faktor lainnya yang turut mempengaruhi yaitu tingkat pendapatan yang meliputi jumlah pendapatan serta bonus yang diterima oleh setiap individu atas pekerjaan yang mereka lakukan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa tingkat religiusitas dan pendapatan pada masyarakat Jabodetabek memiliki pengaruh pada keputusan mengeluarkan ZIS. Pada variable tingkat religiusitas memberikan pengaruh namun tidak signifikan hal ini disebabkan masih rendahnya tingkat pengetahuan agama khususnya terkait ZIS akan tetapi memberikan efek tidak langsung terhadap keputusan mengeluarkan ZIS. Berbeda dengan tingkat pendapatan yang memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan mengeluarkan ZIS hal ini didorong oleh faktor internal yaitu cukup tingginya tingkat pendapatan di kalangan masyarakat jabodetabek serta faktor eksternal yaitu seperti lingkungan sosial yang membiasakan kegiatan tolong-menolong antar individu dalam masyarakat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut berkontribusi serta memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. REFERENSI

- Abdul Haris Nasution, K. N. (2017). Kajian Strategi Zakat, Infaq Dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 23.
- Abdullah, Mazni. et al. (2017). Do Religiosity, Gender and Educational Background Influence Zakat Compliance? The Case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*.
- Abu-AlHaija, Ahmad Saif-Alddin. et al. (2018). Religion in Consumer Behaviour Research: The Significance of Religious Commitment and Religious Affiliation. *International Journals of Economics, Commerce and Management*.
- Abubakar U.Farouk, K. M. (2017). Moderating Role of Religiosity on Zakat Compliance Behavior in Nigeria. *IMEFM* 11,3, 362.
- Ahmad, A. N. (2015). Assesing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Foods and Cosmetic products. *International journal of Science and Humanity*, 11.
- Ancok, D. (2000). *Psikologi Islami Solusi islam atas Problem - problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Armstrong, P. K. (2012). *Principles of Marketing 14 E*. New Jersey: Pearson Education.
- Ashari, M. (2019, May 16). *Pikiran Rakyat*. Retrieved from pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2019/05/16/potensi-zakat-di-indonesia-belum-dimaksimalkan>
- Damanhur. (2018). Pengaruh Pola Konsumsi Islami terhadap Prestasi Akademik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 136.
- Edwin, M. (2017). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Depok: Kencana.
- Haji-Othman, Y. et al. (2018). The Moderating Effect of Islamic Religiosity on Compliance Behavior of Income Zakat in Kedah, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Science*.
- Indonesia, C. T. (2019). *Potensi Zakat Tanah Air Rp 323 Triliun*. Jakarta: CNBC Indonesia.
- Khairina, N. (2019). Analisis Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Dhuafa (Studi Kasus di Lembaga amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan). *At-Tawassuth Volume IV No.1*, 161.
- Muhdi, N. S. (2017). Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah. *Jurnal Manajemen pendidikan Volume; 4 No.2*, 136-137.
- Rahim, M. (2014). Maqhasid Syariah approach in Development of Religious Values in Compliant behavior of Business Zakat Scenario. *Developing Al-Sharia based Index of socio economic development* (p. 331). Yogyakarta: Islamic Research and Training Institute.
- Satrio, E. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, (p. 4). Lampung.
- Sumertajaya, I. G. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square. *Seminar Matematika dan Pendidikan Matematika*, (p. 122).
- Syahrum. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Syaputra, E. (2017). Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah pemikiran Imam Al Ghazali dalam Ihya Ulumuddin. *Falah Jurnal Ekonomi Syariah* , 145.