



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

# PENGARUH MOTIVASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI PADA LAZ YATIM MANDIRI

<sup>1</sup>Nurul Ichsan, <sup>2</sup>Diyanah Nurmalia Sari

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Korespondensi Penulis: email: [nurul.ichsan@uinjkt.ac.id](mailto:nurul.ichsan@uinjkt.ac.id)

## Abstract

*Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh motivasi, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada LAZ Yatim Mandiri, yaitu sebuah yayasan yang bergerak di bidang sosial. Sampai saat ini Yatim Mandiri sudah memiliki 42 kantor Cabang di 12 Profinsi di Indonesia. Dalam menarik minat masyarakat berbagai upaya dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Yatim Mandiri untuk meningkatkan kesadaran masyarakat menunaikan zakat. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan teknik kuesioner yang disebarakan kepada 46 responden. Pengambilan sampel yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Metode analisis menggunakan uji regresi berganda dengan Software SPSS. Hasil menunjukkan bahwa: (1) motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri, (2) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri (3) religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri (4) motivasi, kualitas pelayanan, dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri.*

**Key Words:** Motivasi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Minat



## **Adz Dzahab**

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Volume 6, No. 2, 2021**

**ISSN (print) : 2527-5755**

**ISSN (online) : 2751-1905**

**Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>**

---

### **1. Pendahuluan**

Indonesia mempunyai kekayaan yang melimpah dan memiliki jumlah penduduk yang diperkirakan mencapai hampir 267 juta jiwa ([www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)) Meskipun jumlah populasi besar, tetapi didominasi oleh usia produktif sehingga angka ketergantungan justru cenderung menurun. Keberadaan Indonesia yang mempunyai kekayaan dan memiliki jumlah penduduk terbanyak tidak dapat lepas dari banyaknya permasalahan di bidang ekonomi. Salah satu permasalahan yang nyata adalah disparitas (ketimpangan) distribusi pendapatan dan kemiskinan (Yahya et.al, 2010). Permasalahan ini mengakibatkan banyaknya perbuatan negatif yang timbul di lingkungan bermasyarakat seperti contoh pencurian, perampokan, perampasan, bahkan sampai yang lebih parah adalah pembunuhan.

Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kemiskinan yang ada di Indonesia sekitar tahun 2019 berjumlah 24,79 juta jiwa dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia, jumlah tersebut mengalami penurunan dari tahun 2018 dengan jumlah 25,67 juta jiwa, namun dari hasil tersebut jumlah angka kemiskinan masih tetap tinggi ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Untuk mencegah timbulnya permasalahan tersebut sangat dibutuhkan kebijakan dari pemerintah yang berpengaruh untuk mengurangi angka kemiskinan di Indonesia. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah agar mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia antara lain yaitu dengan cara mendirikan sektor usaha (UKM), akan tetapi hal tersebut masih belum efisien. Selain itu upaya lain yang dilakukan untuk mengurangi tingkat kemiskinan adalah dukungan orang yang mampu untuk mengeluarkan harta kekayaan mereka berupa dana zakat kepada mereka yang kekurangan.



## **Adz Dzahab**

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Volume 6, No. 2, 2021**

**ISSN (print) : 2527-5755**

**ISSN (online) : 2751-1905**

**Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>**

---

Berdasarkan hasil data statistik Kementerian Agama jumlah penduduk muslim sampai saat ini di Indonesia berjumlah sekitar 209,1 juta jiwa dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia sebanyak 267 juta jiwa. Oleh sebab itu sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia menggambarkan betapa besarnya potensi zakat jika seluruh penduduk muslim yang mampu menyalurkan zakatnya.

Zakat sebagai rukun Islam ketiga, merupakan instrument utama dalam ajaran Islam yang berfungsi sebagai distributor aliran kekayaan dari tangan ‘yang mampu’ ke tangan ‘yang tidak mampu’. Zakat merupakan salah satu dari lima nilai instrumental yang strategis dan sangat berpengaruh pada tingkah laku ekonomi manusia dan masyarakat serta pembangunan ekonomi umumnya. Tujuan zakat tidak sekedar menyantuni orang miskin secara konsumtif, tetapi mempunyai tujuan yang lebih permanen yaitu mengetaskan kemiskinan.(Abdurrachman Qadir. Zakat., hlm.83-84). Jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya (zakat maal) sudah diatur pokok-pokoknya baik dalam al-Qur’an maupun sunnah Rasulullah SAW, yaitu berupa hasil bumi, hasil perternakan, barang yang diperdagangkan, emas, perak, dan uang.

Harapan dalam peningkatan perolehan dana zakat yang menjadi topik utama Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) karena adanya dampak dari dana zakat yang terhimpun dilihat dari pendayagunaan yang dilakukan oleh lembaga. Namun, OPZ juga harus memperhatikan sisi muzakki, karena muzakki merupakan pihak yang akan memberi dana zakatnya. Faktor-faktor dominan yang mempengaruhi kepatuhan membayar zakat disebabkan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) bersifat transparan, profesional, memberi kemudahan dalam berzakat dan pelayanannya memuaskan. Dengan itu maka kualitas pelayanan lembaga akan berdampak pada kepatuhan muzakki dalam membayar zakat sehingga terciptalah loyalitas muzakki.



## **Adz Dzahab**

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Volume 6, No. 2, 2021**

**ISSN (print) : 2527-5755**

**ISSN (online) : 2751-1905**

**Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>**

---

Di Indonesia terdapat dua lembaga keuangan syariah yang bertugas khusus mengelola dana zakat yaitu, lembaga pemerintahan dan lembaga non pemerintahan. Lembaga yang dikelola oleh pemerintah antara lain yaitu, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sedangkan lembaga non pemerintah adalah Lembaga Amil Zakat ( LAZ) yang dikelola oleh pihak swasta atau yayasan yang memiliki legalitas dari pemerintah untuk melakukan pengelolaan dana zakat.

BAZNAS menjadi modal utama dalam memantau dan membuat regulasi untuk menjadi acuan terhadap aktivitas penyaluran BAZNAS provinsi/ kabupaten/kota dan LAZ untuk menjaga rasio penyaluran terhadap pengumpulan berada pada posisi Efektif pada penilaian yang dikeluarkan oleh Zakat Core Principle (ZCP) dengan nilai di tahun 2017 ini adalah 78,08%. Sementara itu realitas pengelolaan zakat secara nasional di tahun 2017 berada pada angka 2,9% dari potensi 217 triliun rupiah. Zakat masih mendominasi pengumpulan secara nasional dengan kisaran 67,4% dan sisanya yang 32,6% adalah infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya ([www.pid.baaznas.go.id](http://www.pid.baaznas.go.id)).

Dari tahun ke tahun perkembangan dana zakat semakin baik dan muncul berbagai Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Hal itu menjadi tantangan besar untuk dapat mengimbangi dengan cara kegiatan pengawasan serta pelaporan dalam pendistribusian zakat dikalangan masyarakat, salah satu tandanya dengan banyak program-program yang muncul dari Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional yang ikut berperan dalam pengelola dan pendistribusian Zakat adalah Yatim Mandiri.

Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri merupakan lembaga milik masyarakat Indonesia yang mengangkat harkat sosial kemanusiaan yatim dhuafa dengan ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf). Lembaga yang dibentuk Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS) didirikan pada tanggal 31 Maret 1994 bertujuan memandirikan anak-anak yatim piatu melalui program-programnya.



## **Adz Dzahab**

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Volume 6, No. 2, 2021**

**ISSN (print) : 2527-5755**

**ISSN (online) : 2751-1905**

**Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>**

---

Dalam perjalanannya melalui banyak perubahan semakin berkembang baik secara kepengurusan maupun secara manajemen dan untuk memperluas kemanfaatan memandirikan anak yatim, maka melalui rapat diputuskan untuk mengganti nama menjadi Yatim Mandiri pada ada tanggal 22 Juli 2008 Yatim Mandiri terdaftar di Depkumham. Yatim Mandiri juga telah resmi terdaftar sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional berdasarkan SK. Kemenag RI No. 185 Tahun 2016 ([www.yatimmandiri.org](http://www.yatimmandiri.org)).

Sampai saat ini Yatim Mandiri sudah memiliki 42 kantor Cabang di 12 Profinsi di Indonesia. Dalam menarik minat masyarakat berbagai upaya dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Yatim Mandiri untuk meningkatkan kesadaran masyarakat menunaikan zakat. Upaya yang dilakukan oleh Yatim Mandiri adalah selalu memperbaiki kualitas pelayanan lembaga pengelola zakat. Sebagai lembaga pengelola zakat yang bekerja secara profesional tentu saja peningkatan kualitas pelayanan sangat diperhatikan untuk terus menarik minat masyarakat dalam menunaikan zakat di lembaga tersebut. Menurut (Gronroos, 2010) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Hal lain yang timbul dari dalam diri seseorang untuk sadar akan membayar zakat adalah religiusitas. Religiusitas adalah suatu keadaan pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu adanya agama yang diwujudkan dalam pengamalan nilai aturan dan kewajiban sehingga berdampak bagi seseorang untuk bertingkah laku, bersikap, bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya religiusitas yang timbul pada diri seseorang tentu saja mendorong minat pribadi seseorang untuk menunaikan zakat atau membayar zakat sebagai kewajiban dari seorang muslim apabila sudah memenuhi syarat. Menurut (Sutjipto, 2001) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

## 2. Metode

Sifat artikel ini adalah artikel kuantitatif. Artikel ini ditunjukkan untuk mengetahui penyebab timbulnya minat masyarakat menjadi *muzakki* pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri dan artikel ini dilakukan pada tahun 2019. Adapun pengambilan data di *counter* zakat Yatim Mandiri di Kota Tangerang dan kepada masyarakat yang tinggal di wilayah Kota Tangerang. Berdasarkan masalah yang diteliti, peneliti mengambil judul pengaruh motivasi, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap *muzakki* pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri. Variabel-variabel yang diteliti terbatas pada variabel yang digunakan dalam judul penelitian. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu.

Menurut (Sugiyono, 2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Kemudian menurut (Suharjo, 2013) populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Adapun populasi dari artikel ini adalah *muzakki*. Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek artikel (sampel sendiri secara harfiah berarti contoh) (Suharjo, 2013). Artikel ini menggunakan *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu (Sujarweni dan Endrayanto, 2012). Adapun sampel pada artikel ini adalah *muzakki* Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri yang tinggal di wilayah Kota Tangerang. Karena populasi dari artikel ini adalah yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka jumlah penentuan sampel akan merujuk pada teori Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* dalam (Sugiyono, 2014) yaitu:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam artikel adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri- swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

c. Bila dalam artikelakan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Data primer dalam artikel ini diambil dengan metode studi kasus (*case study*) melalui wawancara satu per satu *muzakki* dengan menggunakan kuisisioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu memilih contoh berdasarkan pertimbangan karakteristik yang ditentukan (Juanda, 2009). Karakteristik yang diambil dalam artikelini adalah *muzakki* yang memberikan dana zakat pada tahun 2015 atau 2016 dan berada di DKI Jakarta. Dalam artikel ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Priadan dan Muis, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel artikel ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. Sumber Data.

Terdapat dua cara untuk yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan dalam melakukan analisis artikelini, yaitu sebagai berikut: Data primer adalah data yang diambil oleh badan-badan atau orang- orang secara langsung dari sumbernya (Suharjo, 2013). Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain FGD dan penyebaran kuesioner (Mufraini, 2013). Tipe skala pengukuran yang digunakan adala skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang. Biasanya cara pengisian kuesioner jenis ini dengan menggunakan ceklis atau pilihan ganda. Kemudian untuk masing-masing sikap diberi bobot (Mufraini, 2013). Data sekunder adalah data yang diambil oleh badan atau orang-orang tidak langsung dari sumbernya (Suharjo, 2013). Menurut (Mufraini, 2013) data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku laporan, jurnal, dan lain-lain.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif. Kemudian, analisis yang dilakukan terhadap data antara lain uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial dan uji simultan, analisis regresi linear berganda pada variabel X1 (Motivasi), X2 (Kualitas Pelayanan), X3 (Religiusitas), dan variabel Y (Minat). Metode statistik deskriptif dipilih untuk menjelaskan demografi responden dan deksripsi variabel penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deartikel suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan, *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2013:19).

### 3. Pembahasan

Yatim Mandiri adalah Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan yatim dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga. Kelahirannya berawal dari kegelisahan beberapa orang aktivis panti asuhan di Surabaya yaitu **Sahid Has, Sumarno, Hasan Sadzili, Syarif Mukhodam dan Moch Hasyim** yang melihat anak-anak yatim yang lulus SMA di panti asuhan. Karena tidak semua panti asuhan mampu untuk menyekolahkan para anak binaan sampai ke perguruan tinggi atau mampu mencarikan mereka lapangan pekerjaan, jadi sebagian besar anak-anak yatim ini dipulangkan kembali kepada orang tuanya yang masih ada. Setelah mereka pulang kembali, maka hidup mereka akan kembali seperti semula. Melihat kondisi seperti ini, mereka berpikir bagaimana anak-anak ini bisa hidup mandiri tanpa bergantung lagi kepada orang lain.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Kemudian mereka merancang sebuah yayasan yang bergerak dalam bidang pendidikan anak yatim purna asuh dari panti asuhan dengan program mengikutsertakan anak-anak yatim kursus keterampilan. Yayasan ini berjalan dengan baik dan potensi anak yatim yang harus dimandirikan juga cukup banyak. Maka untuk mewujudkan mimpi memandirikan anak-anak yatim itu, maka pada tanggal 31 Maret 1994 dibentuklah sebuah yayasan yang diberi nama Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS). Kemudian tanggal tersebut dijadikan sebagai hari lahir. Dalam perjalanannya YP3IS semakin berkembang dengan baik, berkat dukungan dana dari masyarakat dan semakin profesional untuk memandirikan anak yatim melalui program-programnya. Setelah melalui banyak perubahan, baik secara kepengurusan maupun secara manajemen dan untuk memperluas kemanfaatan memandirikan anak yatim, maka melalui rapat, diputuskan untuk mengganti nama menjadi Yatim Mandiri.

Jumlah 46 *muzakki*, dengan perhitungan pengambilan sampel menurut *Roscoe* (1975) yang dikutip (Uma Sekaran, 2010), yaitu sebagai berikut : Jumlah kuesioner yang disebar 46 lembar dengan persentase 100%. Jumlah *Muzakki* yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sebanyak 46 responden dengan persentase 100%.

### 1. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi *Muzakki*

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel motivasi membayar zakat bertanda positif, hasil uji statistik secara parsial menunjukkan nilai signifikansi motivasi membayar zakat sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, artinya motivasi membayar zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi membayar zakat seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang membayar zakat. Sehingga hipotesis yang menyatakan motivasi membayar zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri Kota Tangerang.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Hasil artikel ini juga didukung oleh artikel sebelumnya yang dilakukan oleh Martina, dkk (*Jurnal EKSEKUTIF*, 2, Desember 2015: 294) menyebutkan bahwa hasil perhitungan diperoleh taraf signifikan artikel untuk variabel motivasi sebesar  $0,002 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat. Dalam artikel Shabri (*JIE*, 1, April 2017: 159-176) secara empiris mengeksplorasi faktor-faktor yang memotivasi muzakki untuk membayar zakat di Baitul Mal Aceh, Hasil artikel ini menunjukkan bahwa budaya, peraturan, motivasi, dan pemahaman muzakki tentang zakat secara signifikan dan secara positif mempengaruhi keputusan muzakki untuk membayar zakat mereka di Baitul Mal Aceh. Pemerintah harus meningkatkan peraturan tentang manajemen zakat dan masyarakat Aceh perlu dibekali dengan pengetahuan yang relevan tentang kewajiban zakat. Akan tetapi, secara parsial variabel motivasi Islam yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada amil zakat di Surabaya adalah pengetahuan sedangkan indikator pada variabel motivasi Islam yang tidak menimbulkan pengaruh yang signifikan adalah pertanggungjawaban dan pengendalian perilaku (pratiwi dan ajib, *JIE*, 2, 2019: 79).

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi *Muzakki*

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 4,095 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,681. Maka dapat diketahui t hitung  $4,095 > t$  tabel 1,681 dan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 atau mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri.

Hasil artikel ini sesuai dengan yang dilakukan oleh (Cahyani, 2013) yang meneliti mengenai “*Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang*”, Bari’ah, dkk (2008) yang meneliti mengenai “*Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran*” dan (Trisnadi dan Surip, 2013) yang meneliti



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

mengenai “*Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga (Studi Kasus PT Bank CIMB Niaga, Tbk Bintaro)*” yang semuanya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat.

Kemudian artikel lain pun yang dilakukan oleh (Saad dan Jaffri, 2010) menyatakan bahwa efisiensi dari kualitas pelayanan dalam mengelola zakat mempengaruhi minat untuk membayar zakat. Adanya peningkatan kualitas pelayanan maka akan menarik minat masyarakat dalam membayar zakat kepada lembaga, hal ini dapat ditandai dengan peningkatan dana zakat yang diterima oleh suatu lembaga zakat (Muhammad dan Jaffri, 2016).

Hasil ini berarti menunjukkan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance* mempengaruhi secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri. Yang diartikan semakin baik layanan yang diterima maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri.

Jika dilihat dari jawaban responden lebih dari 90% yang menyatakan bahwa program-program pemberdayaan masyarakat yang dimiliki Yatim Mandiri, karyawan yang memberikan pelayanan dengan sopan, dan sifat karyawan yang dapat dipercaya mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri. Sehingga dimensi *tangible* dan *assurance* memberikan pengaruh yang besar terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Yatim mandiri sudah berdiri sejak tahun 1994, hingga saat ini sudah sangat banyak perkembangan program-program yang dibuat untuk pemberdayaan masyarakat. Sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang bertugas menampung, mengelola, menyalurkan dan pendayagunaan zakat yang profesional, tentu Yatim Mandiri tidak semata-mata dalam hasil pengumpulan zakat dibagikan secara langsung begitu saja, tetapi hasil dari pengumpulan zakat dikelola dengan baik melalui program-program yang dibuatnya.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Program-program yang dimiliki Yatim mandiri sudah sangat beragam diberbagai bidang yakni pemberdayaan ekonomi, kesehatan, pendidikan, kemanusiaan dan dakwah. Sehingga dari hasil artikel menyatakan program-program yang dimiliki Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri dinilai sudah baik oleh masyarakat sehingga masyarakat berminat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Yatim Mandiri

### 3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi *Muzakki*

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel religiusitas sebesar -0,415 yang berarti bahwa jika religiusitas muzakki mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka minat membayar zakat mengalami penurunan sebesar 0,415. Jadi, semakin baik religiusitas muzakki maka minat muzakki membayar zakat melalui lembaga amil zakat akan menurun.

Hasil artikel ini tidak sesuai dengan teori minat yang dicetuskan oleh Crow dan Crow (1973) dalam khairani (2014: 139-140) yang menyatakan bahwa minat seseorang diperkuat oleh tiga faktor, salah satunya adalah faktor dorongan dari diri individu. Faktor dorongan dari diri individu dalam artikel ini adalah religiusitas dan motivasi. Religiusitas merupakan faktor dalam diri individu dimana pemahaman tiap individu dalam menganut dan melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Religiusitas sangat erat hubungannya dengan kehidupan batin manusia. Sikap keagamaan yang muncul dalam diri seseorang akan mendorong dirinya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatan masing-masing individu terhadap agamanya. Hal ini yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi minat membayar zakat. Karena pemahaman tiap individu berbeda maka dalam mengamalkan pemahaman agamanya pun berbeda pula. Sehingga minat membayar zakat tidak dapat ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat religiusitas seseorang.

Hal ini sesuai dengan artikellain, (sidiq, 2015) yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat. Padahal disebutkan dalam sebuah hadits bahwa Rasulullah mengutus Umar Ibnul Lutbiah sebagai petugas pemungut zakat. Karena diantara penduduk terdapat orang yang punya harta tapi tidak tahu akan kewajibannya. Ada juga diantara mereka yang



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

mengetahui kewajibannya tapi ia kikir, oleh karena itu wajib adanya pemungut zakat (Prihatna dkk, 2004). Selain itu juga menurut peneliti, tidak adanya peraturan dalam Undang-Undang zakat No. 23 Tahun 2011 yang bisa menjerat para muzakki yang mangkir membayar zakat sebagaimana dulu pernah dilakukan oleh Abu Bakar As-Shidiq, r.a dalam menegakan kewajiban menunaikan zakat.

Namun, hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial maupun simultan bahwa religiusitas terbukti berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki*. Hal ini di dukung oleh artikelyang dilakukan oleh (M. Abdul Rouf, 2011), yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas berperan penting dalam mendorong minat seseorang untuk membayar zakat. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran seseorang untuk membayar zakat. Menurut azman dan zainol (*Jurnal IJBSR*, 5, 2015: 125-126) religiusitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat untuk muzakki membayar zakat pada lembaga zakat. Artikellain juga yang dilakukan oleh satrio dan siswantoro (*Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 2015: 22) menyatakan bahwa variabel/konstruk religiusitas mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di lembaga zakat secara signifikan. Oleh karena itu, pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat, yang merupakan salah satu rukun islam yang wajib dilaksanakan, sehingga hal ini sangat berhubungan dengan religiusitas masyarakat itu sendiri.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan data dari artikel ini yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi *Muzakki* di LAZ Yatim Mandiri Kota Tangerang”, didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki*.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki*.
3. Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki*.
4. Dari hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Motivasi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas hanya memberikan pengaruh terhadap Minat Masyarakat menjadi *Muzakki* di LAZ Yatim Mandiri Kota Tangerang sebesar 41,7 %, sedangkan 68,3 % merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam artikel ini.

#### Daftar Pustaka

- Astogini, Dwiwiyati dkk. “*Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*”, Jurnal Volume 13, No.1, Universitas Jendral Soedirman, 2011.
- Bariah dkk. “*Hubungan antara kualitas pelayanan Bank dengan minat menabung nasabah PT BRI Kantor Cabang UNGARAN*”. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang, 2008.
- Cahyani dkk. “*Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang*”. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Universitas Diponegoro, 2013.
- Ermianti, Wahyuddin abdullah, *Kajian Implementasi Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Ditinjau Dari Syariah Enterprise Theory (Wahdah Inspirasi Zakat/Wiz Kota Makassar)*, jurnal adz-dzahab volume 6 no.1 tahun 2021
- Hafidhuddin, Didin. “*Zakat Dalam Perekonomian Modern*”. Gema Insani, Jakarta, 2002.
- Ismail, Wahyuni. “*Korelasi Antara Religiusitas dan Aplikasi Konseling*”. LENTERA PENDIDIKAN, Vol. 13 No.2.2012
- Kotler, Philip and Keller. “*Marketing Management*”. Prentice Hall.Inc, New Jersey, 2012.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Lestari, Alfi Mulikhah. “*Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Referensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*”, Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2015.

Mursid, Ali dan Entot Suhartono.”*Faktor Determinan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*”. Jurnal Dinamika Manajemen Volume 5, No.1, 2014.

Nasikhah, Duratun dan Prihastuti. “*Hubungan antara Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Kenakalan Remaja pada Masa Remaja Awal*”. Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, Volume 02, No. 01 Februari 2013.

Soesanto dkk. “*The Influence of Relationship Closeness, Service Quality and Religiosity on Interest to Saving Through Trust, Word Of Mouth and Attitude The Study at Baitul Maal Wat Tamwil In The Region, Indonesia*”. *Journal of Business and Management, Volume 13, Issue 3, 2013*

Undang-Undang Republik Indonesia No.23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat  
[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

[www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id)

[www.pusat.baznas.go.id](http://www.pusat.baznas.go.id)

[www.rumahzakat.org](http://www.rumahzakat.org)

[www.yatimmandiri.org](http://www.yatimmandiri.org)