

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI  
DALAM MENYALURKAN ZAKAT MAL DI YAYASAN BAITUL MAAL  
MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIA'AH DAN  
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM**

**OLEH :**

**WAHYU YULIANA  
13380006**

**PEMBIMBING :**

**Dra. Hj. Widyarini, M.M.**

**Wardatul Fitri SH.,M.H**

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MUAMALAH)  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2018**

## ABSTRAK

Zakat Maal adalah zakat harta yang wajib dikeluarkan oleh muzakki yang sudah mencapai nisab dan haul. Zakat merupakan rukun Islam ke empat. Zakat dapat dikeluarkan oleh muzakki melalui lembaga yang berwenang dalam mengelola dana zakat yang mencakup; pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana zakat, infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya sesuai yang diatur dalam Undang-Undang No 23 Tahun 2011. Dalam pengeluarannya muzakki mempunyai minat terhadap lembaga zakat yang diinginkan untuk membayarkan zakatnya. Salah satunya adalah Yayasan Baitul Mal Masjid Jogokariyan Yogyakarta yang dipilih oleh muzakki.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kepercayaan, promosi dan image dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar atau menyalurkan zakat mal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Objek dalam penelitian ini adalah muzakki sekitar masjid Jogokariyan Yogyakarta, dengan jumlah 67 responden, menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan program SPSS (*statistikal product and servic solution*) versi 22,00.

Hasil uji model signifikan (Uji F) menunjukkan faktor kepercayaan, promosi dan image berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar atau menyalurkan zakat mal. Hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan promosi memberikan pengaruh tidak signifikan. Sedangkan variabel image lembaga memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci : minat muzakki, kepercayaan, promosi, dan image.



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/ DS/ PP.00.9/3337/2018

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MAL DI BAITUL  
MAL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Wahyu Yuliana

Nomor Induk Mahasisiwa : 13380006

Telah diujikan pada : Rabu, 21 November 2018

Nilai ujian Tugas Akhir : 95 (A)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/ Penguji I

Dra. Hj. Widyarini, M.M  
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

Saifuddin, SHI., MSI  
NIP. 197807 15 2200912 1 004

Penguji III

Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19720812 199803 1 004

Yogyakarta, 21 November 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Agus Moh. Najib, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19710430 199503 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Wahyu Yuliana

NIM : 13380006

Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalat)

Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MAL DI BAITUL MAAL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA”**

Adalah asli karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Yogyakarta, 10 November 2018 M

Yang menyatakan,



wahyu Yuliana  
NIM. 13380006



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal: Skripsi Saudari Wahyu Yuliana

Kepada:

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Hukum**

**UIN Sunan Kalijaga**

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Wahyu Yuliana

NIM : 13380006

Judul : **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Mal Di Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

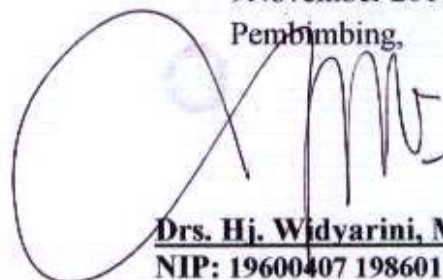
Dengan ini kami berharap agar skripsi atau tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 1 rabi'ul awwal 1440 H

9November 2018 M

Pembimbing,



**Drs. Hj. Widyarini, M.M.**

**NIP: 19600407 198601 2 002**

## Motto

Memulai dengan penuh keyakinan  
Menjalankan dengan penuh keikhlasan  
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan

---



*“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, dia (akan)  
mendapatkan”*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan karunia, rahmat, kekuatan dan kemudahan kepada hamba. Shalawat serta salam tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW.

Karya ilmiah ini ku persembahkan untuk ayahanda dan ibunda tercinta. Hormat, bakti dan kasih sayang yang tiada terhingga. saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala hal yang telah engkau berikan kepadaku. Juga ku persembahkan untuk kakakku dan terima kasih ku ucapkan. Semoga menjadi anak sekaligus kakak yang membanggakan, sukses, dan semoga apa yang di cita-cita kan tercapai dan di ijabah oleh Allah SWT. Aamiin...



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Transliterasi Arab Indonesia, pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1997 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	bâ'	B	Be
	tâ'	T	Te
	â'		es (dengan titik di atas)
	Jim	J	Je
	hâ'	H	ha (dengan titik di bawah)
	khâ'	Kh	ka dan ha
	Dâl	D	De
	âl		et (dengan titik di atas)
	râ'	R	Er
	Zai	Z	Zet
	Sin	S	Es
	Syin	Sy	es dan ye
	Sâd	S	es (dengan titik di bawah)
	Dâd	D	de (dengan titik di bawah)



	â'		te (dengan titik di bawah)
	zâ'	Z	zet (dengan titik dibawah)
	'ain	'	koma terbalik (di atas)
	Gain	G	ge dan ha
	fâ'	F	Ef
	Qâf	Q	Qi
	Kâf	K	Ka
	Lâm	L	El
	Mîm	M	Em
	Nûn	N	En
	Wâwû	W	We
ﺀ	hâ'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
	yâ'	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap.

contoh :

	Ditulis	Nazzala
بهنّ	Ditulis	Bihinna

### C. Ta' Marbutah di akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

	Ditulis	Hikmah
	Ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki lafal lain).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

كرامة الأوليا	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
---------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

	Ditulis	Zakâh al-fi ri
--	---------	----------------

### D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis ditulis	A fa'ala
ِ	Kasrah	Ditulis ditulis	I ukira
ُ	Dammah	Ditulis	U

يذهب		ditulis	Ya habu
------	--	---------	---------

### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	Â
		ditulis	Falâ
2	Fathah + ya' mati	Ditulis	Â
		ditulis	Tansâ
3	Kasrah + ya' mati تفصيل	Ditulis	Î
		ditulis	Tafsîl
4	Dlammah + wawu mati	Ditulis	Û
		ditulis	Usûl

### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati حيلي	Ditulis	Ai
		ditulis	az-zuhailî
2	Fatha + wawu mati	Ditulis	Au
		ditulis	ad-daulah

### G. Kata Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

#### Apostrof

	Ditulis	A'antum
--	---------	---------

	Ditulis	U'iddat
	Ditulis	La'in syakartum

## H. Kata Sandang Alif dan Lam

Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf ‘l’

	Ditulis	Al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

1. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	As-Samâ'
	Ditulis	Asy-Syams



## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisnya

	Ditulis	awî al-furûd
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله ربّ العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء  
والمُرسلين سيّدنا محمّد وعلى آله وصحبه أجمعين

Puji syukur kehadiran Allah SWT., Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., manusia pilihan pembawa rahmat dan pemberi syafaat di hari akhir.

Alhamdulillah, penulis akhirnya mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul: **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ATAU MENYALURKAN ZAKAT MAL DI BAITUL MAL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA”**. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak semata-mata usaha dari penulis, melainkan berkat pertolongan dari Allah SWT, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Bapak Dr. H. Agus M. Najib, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saifuddin, SHI., MSI., selaku Ketua Jurusan Muamalat dan Ibu Zusiana Elly Triantini, SHI., MSI., selaku Sekertaris Jurusan Muamalat.
4. Bapak H. Muhammad Jazir, Asp. selaku ketua kepengurusan masjid Jogokariyan. yang telah berkenan untuk memberikan izin kepada penulis, sehingga karya ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak H.M. Rizqi Rahim, ST. M.Eng. selaku Bendahara masjid Jogokariyan. Dan Bapak Wahyu Tejo Raharjo, Se., selaku sekretaris masjid Jogokariyan. Yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis sehingga karya ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Kedua orang tuaku Bapak Ahmad Triyanto dan Ibu Jumilastri Samirah yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, motivasi, doa dan semangat hingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
7. Ibu Dra. Hj. Widyarini, M.M. dan Ibu Wardatul Fitri SH.,M.H Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu serta pikirannya dan selalu memberikan motivasi hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Bapak Abdul Mughits S.Ag, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan dukungan moril sejak semester awal hingga akhir.
9. Seluruh Dosen, Karyawan dan Staff Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

10. Buat kakakku tercinta Desta Wahyu Sarianto, yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, motivasi, dan nasehat yang luar biasa.
11. Para informan yang bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan.
12. Bapak Sukijo Santawi. Selaku pemilik kos yang selalu memberi semangat, doa, nasehat dan mengajarkan bagaimana memiliki bisnis properti.
13. Saudara-saudaraku di Kos Sulistia Atmojo, Qona'ah Noviati, Aster Linda yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan nasehat.
14. Sahabat-sahabatku Nurul, lutfi, Defa yang dari semester awal hingga akhir selalu memberikan semangat dan dukungan.
15. Teman-teman satu angkatan Jurusan Muamalat 2013, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
16. Teman-teman KKN 029 Angkatan 89, terkhusus mas suhairi, bahar, shinta, lusi, lala, pety yang telah membantu penulis dalam berbagai hal.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam terselesainya skripsi ini.

Penulis hanya bisa berdoa, semoga semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini senantiasa dalam ridho dan lindungan Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 2 rabi'ul awwal 1440  
10 november 2018 M

Wahyu yuliana  
NIM. 13380006



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Telaah Pustaka .....	9
E. Kerangka Teoritik .....	11
F. Metode Penelitian .....	18
G. Sistematika Pembahasan .....	28
<b>BAB II TINJAUAN UMUM ZAKAT MAL, PERILAKU KONSUMEN DAN MUZAKKI</b>	
A. Zakat Mal .....	29
1. Pengertian Zakat Mal .....	29
2. Dasar Hukum .....	31
3. Hikmah Zakat .....	32

4. Rukun dan Syarat Zakat mal .....	34
B. Kerangka Teori .....	36
1. Perilaku Konsumen .....	36
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Membayar Atau Menyalurkan Zakat Mal Di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan .....	41
a. Kepercayaan.....	41
b. Promosi .....	43
c. Image.....	43
d. Minat .....	45
3. Pembentukan Lembaga Amil Zakat (LAZ) pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 .....	48
a. Tujuan pembentukan Lembaga Amil Zakat.....	48
b. Syarat ketentuan LAZ .....	50
c. Tingkatan LAZ.....	50
d. Prinsip operasional LAZ .....	51
e. Tugas dan Fungsi LAZ .....	52
f. Snksi.....	52

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Masjid Jogokariyan Yogyakarta .....	54
1. Profil Masjid Jogokariyan .....	54
2. Letak Geografis Masjid Jogokariyan .....	55
B. Optimalisasi Fungsi Sosial Masjid .....	56
1. Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan .....	58
2. Klinik Kesehatan Masjid Jogokariyan .....	59
3. Penginapan/ Hotel Masjid Jogokariyan.....	60
4. Aula Islamic Center, Wedding Organizer, Dan Pariwisata .....	60
5. Gerakan Jama'ah Mandiri .....	61
6. Gerakan Jama'ah Subuh.....	63
7. Kampung Ramadhan Jogokariyan .....	64

### **BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pelaksanaan Penelitian .....	65
B. Analisis Kualitatif .....	65
C. Analisis Karakteristik Responden .....	68
1. Jenis Kelamin .....	69

2. Usia.....	69
3. Pendidikan Terakhir .....	70
4. Pekerjaan/ Profesi.....	71
5. Pendapatan .....	71
6. Frekuensi Membayar Zakat.....	73
7. Tempat Membayar Zakat Selain Di Yayasan Baitul Mal Masjid Jogokariyan.....	74
8. Informasi Mengetahui Yayasan Baitul Mal Masjid Jogokariyan .....	75
D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	75
1. Uji Validitas .....	76
2. Uji Reliabilitas.....	77
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
1. Uji Multikolonieritas .....	78
2. Uji Heteroskedasitas.....	79
F. Pengujian Model .....	80
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
2. Koefisien Determinasi.....	81
G. Pengujian Hipotesis.....	81
1. Uji Model (Uji F) .....	82
2. Uji Parsial (Uji T).....	83
H. Pembahasan.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	90
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>i</b>

## DAFTAR TABEL

Table 3.1 Laporan Keuangan BMMJ .....	58
Tabel 3.2 Laporan Keuangan Takmir Masjid .....	62
Table 3.3 Keuangan Kotak Infaq Jamaah Subuh .....	63
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	70
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Table 4.6 Karateristik Berdasarkan Frekuensi Membayar Zakat.....	73
Table 4.7 Tempat Membayar Zakat Selain Di BMMJ.....	74
Table 4.8 Informasi Mengetahui BMMJ.....	75
Table 4.9 Hasil Uji Validitas.....	77
Table 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Table 4.11 Hasil Uji Multikoloniaritas .....	79
Table 4.12 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	80
Table 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	i
LAMPIRAN 2.....	x
LAMPIRAN 3.....	xiv
LAMPIRAN 4.....	xxx





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Masalah kemiskinan tidaklah mudah diselesaikan dengan cepat, melihat tingginya angka kemiskinan yang memenuhi tiap provinsi dan daerah yang ada di Indonesia. Apabila masalah kemiskinan akan diselesaikan dengan baik, maka perlu campur tangan dan tanggung jawab sosial keagamaan dari masyarakat dan pemerintah untuk menanggulangnya.

Kemiskinan menjadi perhatian Awaludin Pimay, menurutnya, untuk memecahkan problem tersebut, membutuhkan upaya besar dan matang, jika diserahkan kepada masyarakat. Tetapi bagi pemerintah, pekerjaan itu sebenarnya tidaklah teramat sulit. Sebab pemerintah memiliki wewenang dan otoritas tertinggi, namun pemerintah sendiri memiliki problem internal yang semakin hari semakin kompleks.<sup>1</sup>

Di dalam ajaran agama Islam, solusi pengentasan kemiskinan sudah di singgung di dalam Al-Qur'an dan Hadis yaitu dengan cara zakat. Zakat pada dasarnya bukan merupakan solusi untuk menghilangkan kemiskinan dan pengangguran, namun bertujuan untuk menekan atau meminimalisir tingginya angka kemiskinan di Indonesia. Menurut Hasani Ahmad Said, di Indonesia kemiskinan sudah terlalu banyak, sedangkan di negara maju relatif lebih sedikit.

---

<sup>1</sup> Awaludin Pimay, "Gerakan Zakat di Indonesia", *Jurnal Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Vol. 44, No.1, 2010, hlm.663

Maka hadirnya zakat diharapkan menjadi salah satu upaya agar bisa terjadi pemberdayaan terhadap kalangan tidak mampu.<sup>2</sup>

Zakat merupakan kewajiban setiap individu. Dalam Al-Qur'an, kata zakat diulang beberapa kali. Zakat sangat penting dalam kehidupan sosial, karena fungsi zakat adalah kekayaan yang didistribusikan untuk perekonomian masyarakat agar lebih merata. Dengan begitu kemiskinan dapat diminimalisir. "Zakat juga memiliki tujuan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat. Pemberian zakat dilakukan dengan cara menyalurkan harta dari orang yang wajib membayar zakat untuk disalurkan kepada penerima zakat. Pemberian zakat tidak hanya sekedar memberikan harta kepada penerima, akan tetapi lebih dari itu yaitu untuk merubah kondisi penerima zakat. Realisasi dari tujuan tersebut adalah dengan cara membayar zakat pada tempat dan pengelolaan dana zakat yang tepat".<sup>3</sup>

انما الصدقات للفقراء والمساكين والعمال والذين هم على الدين ذكرا من آلهم والذين هم على الدين ذكرا من آلهم  
 الله وآبى أسبيل قلى فر يضة من الله قل والله عليم حكيم.<sup>4</sup>

Hal ini masyarakat percaya bahwa dana zakat perlu dikelola secara sistematis, terkoordinasi, dan terorganisir dengan baik, dan juga lebih efektif dan efisien. Sehingga sangat penting peran lembaga dalam mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan dana zakat kepada yang berhak menerima zakat. Di

---

<sup>2</sup> Hasani Ahmad Said, "Tafsir Ahkam: Zakat Sebagai Solusi Perekonomian Umat di Indonesia", *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2014, hlm.214.

<sup>3</sup> N. Kurniawati, "Preferensi Masyarakat Kabupaten Sukabumi Dalam Pengambilan Keputusan Membayar Zakat", *Jurnal Syariah*, Vol. 1, No. 2, 2015, hlm. 92.

<sup>4</sup> Syaikh Ahmad Syakir, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (Qs. At-Taubah: 60)*, (Jakarta: Darus Sunnah Press, 2014), hlm. 522.

Indonesia telah banyak lembaga pengelola zakat yang didirikan, agar masyarakat lebih mudah dalam membayarnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, dijelaskan bahwa terdapat beberapa lembaga yang sudah berdiri antara lain Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Baznas sendiri terdiri atas Baznas Pusat, Provinsi, dan Kota. Isi dari Undang-Undang tersebut juga mengatur tentang pelaksanaan pengelolaan zakat mulai dari perencanaan, penyaluran, dan penggunaan dana zakat tersebut. Di dalam pengelolaan tersebut harus menerapkan tiga aspek yaitu, Amanah, Profesional, dan Transparan, oleh karena itu masyarakat akan lebih percaya terhadap lembaga tersebut.

Peraturan Pemerintah No 14 Tahun 2014 yang mengatur pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menegaskan, Dalam UU No 23 Tahun 2011 Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat. LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah di audit kepada BAZNAS<sup>5</sup> atau wajib pula melapor kepada pemerintah daerah setempat dimana LAZ berada secara berkala. Meskipun LAZ dibentuk oleh masyarakat tetapi tetap dikukuhkan, disahkan, dibina, diawasi dan dilindungi oleh BAZNAS atau pemerintah.

---

<sup>5</sup> Hamka, *Profil Lembaga Pengelola Zakat*, (Jakarta: Direktorat Pemberdaya Zakat, 2012), hlm. 5

Di dalam praktik pengumpulan dan pemungutan zakat di Indonesia masih dianggap kurang optimal, jika melihat potensi setiap tahunnya. Dikarenakan pengetahuan masyarakat dalam membayar zakat hanya pada bulan Ramadhan yaitu zakat fitrah. Kalaupun ada masyarakat yang ingin membayar zakat selain zakat fitrah, tidak tahu bagaimana cara membayarnya, kepada siapa harus membayarnya, dan berapa jumlah yang harus dibayarkan. Salah satu penyebabnya adalah mereka kurang atau tidak percaya pada pengelolaan Lembaga Amil Zakat yang sudah ada.

Minat adalah kesukaan, keinginan, dan kemauan seseorang terhadap sesuatu hal dengan melibatkan perasaan senang dan rasa puas. Minat juga merupakan kecenderungan seseorang untuk bertindak atau memberikan perhatian terhadap diri sendiri dan orang lain. Pada dasarnya orang membayar zakat mal karena kinerja pengelola zakat yang mereka percayai, untuk menolong orang lain dengan cara pendayagunaan dana zakat yang baik dan benar. Jadi masyarakat lebih berminat untuk membayarkan zakatnya di tempat tersebut. Jika mempercayainya, salah satu tempat yang bisa untuk membayar zakat mal adalah di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Masjid Jogokariyan merupakan Masjid yang cukup terkenal, tidak hanya oleh kalangan masyarakat Yogyakarta saja namun sudah banyak dikenal masyarakat luar Yogyakarta, lokasinya terletak ditengah-tengah kampung, beralamat di Jln. Jogokariyan No. 36, Mantrijeron. Yang sangat menarik dari Masjid Jogokariyan ini adalah pengelolaan terhadap fungsi Masjid. Para pengurus mengelola Masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah ritual semata, namun juga

difungsikan menjadi tempat yang dapat dimanfaatkan lebih oleh masyarakat. Seperti pemetaan atau sensus masjid, pelayanan kesehatan (adalah salah satu program Masjid Jogokariyan untuk seluruh jamaah bila ingin berobat di Rumah Sakit atau klinik secara gratis dengan kartu sehat Masjid Jogokariyan), umroh gratis pemberdayaan jamaah dan masjid itu sendiri, undangan berjamaah, sistem keuangan (yang menekankan dan berupaya keras agar saldo infaq harus sama dengan Nol Rupiah). Melihat kenyataan tersebut, maka jamaah akan berbondong-bondong atau lebih bersemangat dalam berinfaq ataupun bersodaqoh. Takmir Masjid juga menjadikan Masjid sebagai pusat aktifitas para pemuda (dengan adanya wi-fi Masjid, diharapkan baik anak-anak maupun orang dewasa tidak perlu ke warnet, juga menyediakan ruang olahraga sekaligus alat-alatnya), dan menyediakan kamar penginapan jika ada tamu dari luar kota yang ingin menginap.

Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan juga menerima pembayaran zakat baik zakat fitrah maupun zakat mal dan menerima pezakat dari luar lingkungan Masjid Jogokariyan. Yayasan Baitul Maal dalam mengelola dana zakat mempunyai beberapa program yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat yang kurang mampu secara ekonomi dan membutuhkannya. Program yang dilakukan adalah penyaluran dana berbentuk konsumtif dan penyaluran dana berbentuk produktif. Secara konsumtif (memakai barang atau mengkonsumsi langsung), maksudnya adalah takmir mendistribusikan dana zakat berupa sembako (beras, minyak, gula, dll), sedangkan Zakat berbentuk produktif (dapat menghasilkan kembali) adalah, takmir mendistribusikan dana zakat berupa

pinjaman modal usaha kepada mustahiq yang membutuhkan modal dan kepada pedagang kecil yang membutuhkan tambahan modal, dimana peminjaman tersebut bersifat *Mudarabah dan Qardul Hasan*.

*Mudarabah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih. Dimana pihak Yayasan Baitul Maal menyediakan modal dan pihak lain menjadi pengelolanya. Keuntungan dalam kerjasama ini dibagi menurut kesepakatan para pihak. Dan apabila mengalami kerugian, maka pihak pengelola di bebaskan dari tanggungan. Dalam artian pihak pengelola tidak mengembalikan modal yang dipinjamkan oleh pemilik modal, hal ini disebut dengan *al- qordul hasan*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta dan berdasarkan hasil pra penelitian sementara yang dilakukan oleh peneliti yaitu;

Pertama, faktor Kepercayaan masyarakat terhadap Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan. Hal ini ditentukan oleh kredibilitas Yayasan Baitul Maal Masjid dalam meyakinkan *muzzaki* tentang kinerja mereka sebagai pengelola zakat. Kedua, faktor Promosi merupakan sebuah komunikasi khusus yang dilakukan oleh pengelola dana zakat kepada masyarakat untuk memberikan informasi atas produk yang ditawarkan. Ditentukan oleh pengalaman dan pengetahuan seseorang tentang latar belakang Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan sebagai tempat membayar zakat, yaitu pandangan dari segi pengelola zakat, nilai-nilai, sikap, dan proses. Yang menjadi informan adalah kepala atau ketua atau wakil ketua dari Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan. Ketiga,

faktor Image Atau Citra ditentukan oleh sikap, nilai dan persepsi positif yang ditunjukkan dalam bentuk kinerja pengelola zakat kepada masyarakat.

Keputusan *muzzaki* dalam membayar zakat melalui Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan ditentukan oleh persepsi positifnya. Pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya berzakat, merupakan salah satu hal yang harus ditaati dan erat kaitannya dengan pembelajaran seseorang, terutama pengetahuan atau wawasan tentang agama.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini mengambil topik tentang minat masyarakat dalam membayar zakat mal. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta dengan alasan yaitu Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan mempunyai potensi zakat yang bagus.

Dengan demikian penelitian ini mengambil judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Mal Di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk dikaji adalah:

1. Bagaimana aspek hukum Undang-Undang Pengelolaan Zakat dalam praktik pembentukan Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
2. Apakah Faktor Kepercayaan, promosi, dan image atau citra berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat mal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta ?



## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a) Untuk mengetahui aspek hukum praktik perizinan pendirian Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.
- b) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, promosi, image terhadap minat muzaki dalam membayar zakat mal di Yayasan Baitu Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### a. Bagi penulis

Hasil penelitian sebagai pengalaman dan pengetahuan penulis terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat mal.

#### b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya seorang muzaki dalam membayar zakat. Serta dapat dijadikan acuan atau referensi, informasi, dan pertimbangan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang terkait dengan zakat.

#### c. Bagi masyarakat umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi kepada masyarakat, agar nantinya tahu bahwa zakat sangat penting bagi kemaslahatan umat muslim, khususnya di Kota Yogyakarta. Tentang faktor pengaruh muzakki di dalam penilaian Yayasan atau LAZ, khususnya di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

#### D. Telaah Pustaka

Hasil penelitian Deni Riani, menunjukkan bahwa: faktor pengetahuan, regulasi, kredibilitas, akuntabilitas secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap perilaku muzaki dalam membayar zakat. Sedangkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan regulasi memberikan pengaruh tidak signifikan, sedangkan variabel kredibilitas dan akuntabilitas lembaga memberikan pengaruh yang signifikan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.<sup>6</sup>

Hasil penelitian Galuh Parmita Ardane Swari, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap konsisten muzaki dalam membayar zakat mal. Sedangkan peran pemerintah dan kredibilitas BAZDA tidak berpengaruh signifikan terhadap konsisten muzaki dalam membayar zakat mal. Dari 4 faktor di atas, faktor peran ulama tidak berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.<sup>7</sup>

Hasil penelitian Abdul Hafiz Daulay, yang menunjukkan 100 responden sebagai sampel di Kecamatan Medan Tembung, serta menggunakan metode random sampling. Di peroleh hasil sebagai berikut: Faktor yang paling dominan menyebabkan orang enggan membayar zakat mereka melalui BAZ/LAZ adalah faktor *agama* 33%, diikuti *lokasi*, yang jauh dari tempat tinggal mereka 24%,

---

<sup>6</sup> Deni Riani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Muzaki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Pada Baznas Kota Yogyakarta)", *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Keuangan Islam, Fakultas Syariah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.

<sup>7</sup> Galuh Parmita Ardane Swari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsisten Muzaki Dalam Membayar Zakat Mal", *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Keuangan Islam, Fakultas Syariah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

*layanan*, tidak memuaskan 21%, *kredibilitas* atau ketidakpercayaan mereka terhadap pengelolaan zakat yang tidak transparan, 12%, dan yang terakhir pendapatan 10%. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.<sup>8</sup>

Hasil penelitian Herfita Riski Hasannah Guring, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diamati, diperoleh tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat fitrah lebih tinggi dibandingkn dengan masyarakat yang membayar zakat mal. Ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata untuk tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat fitrah adalah 4,84 dari 5, tingkatannya dikategorikan “sangat bagus”. Adapun tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat mal adalah 3,21 dari 5, tingkatannya dikategorikan “bagus”. Sementara tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat di Medan baru “relatif bagus” dengan nilai 3,98 dari 5. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.<sup>9</sup>

Hasil penelitian Agus Nelin Nuha, menunjukkan bahwa hasil analisis uji parsial (uji t) Pendapatan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat, berpengaruh positif signifikan. Religiusitas terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat, berpengaruh positif signifikan. Kepercayaan terhadap minat

---

<sup>8</sup> Abdul Hafiz Daulay, “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Mal Melalui Instansi Bazis/Las (Studi Kasus Di Kecamatan Tembung Medan)”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol 3 No 4 (2015), hlm 241-251.

<sup>9</sup> Herfita Riski Hasannah Guring, “Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat Kecamatan Medan Baru Dalam Membayar Zakat”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 3 No 7, hlm 490-504.

muzzaki dalam membayar zakat, berpengaruh positif signifikan. Sedangkan pelayanan terhadap minat muzzaki dalam membayar zakat, tidak signifikan.<sup>10</sup>

## **E. Kerangka Teoretik**

### **1. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan, keinginan, minat, kecenderungan, pilihan, atau kesukaan terhadap sesuatu hal atau barang dan jasa. Suatu minat akan memberikan dorongan dalam diri untuk melakukan suatu kegiatan yang memberi pengaruh pengalaman stimulus oleh kegiatan itu sendiri. Minat acap kali disamakan dengan pembelian yang telah direncanakan sepenuhnya. Konsumen akan bersedia membeli produk tersebut atau memakai suatu jasa apabila dirasa promosi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Minat atau ketertarikan seseorang terhadap produk barang dan jasa merupakan suatu tahapan yang penting sebagai proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli atau memutuskan memilih salah satu produk dari sekian banyak alternatif pilihan sampai dengan mengonsumsi produk tersebut. Menurut Engel dkk dalam Basu Swastha, perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Agus Nelin Nuha, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzzaki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Kota Yogyakarta)", *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Ekonomi Islam ,Fakultas Syari'ah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan untuk membeli sama pada setiap orang dan sifat khusus dari perilaku konsumen ini adalah perubahan yang tetap dan berlaku untuk jangka waktu yang lama.<sup>12</sup> Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan mencakup beberapa faktor yang mempengaruhi dan menunjukkan hubungan, yaitu; faktor intern yang meliputi; motivasi, persepsi, sikap, dan proses belajar sedangkan faktor ekstern meliputi; budaya dan sub-budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga.

Adapun faktor intern yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu;

a) Faktor internal

1) Motivasi

Motivasi merupakan konsep atau dorongan jiwa yang dapat di gunakan untuk menggambarkan dorongan tertentu yang dapat mengakibatkan seseorang melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang diharapkan atau diinginkan. Motivasi dapat diidentifikasi sebagai proses di mana individu mengenal kebutuhan dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhannya tersebut.<sup>13</sup> “Mengapa seorang muzakki di kelurahan Jogokariyan lebih suka membayar atau menyalurkan zakat mal nya di

---

<sup>11</sup> Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, BPFE, 2000), hlm. 10.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm 15-16.

<sup>13</sup> Erna, Ferrinadewi, *Merek Dan Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2008), hlm. 11-13.

Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan dibandingkan lembaga Baznas atau yang lainnya? apakah karena program dan pelayanannya ataukah sebenarnya pada diri konsumen ada kebutuhan dan keinginan tertentu yang menuntut untuk dipenuhi yang kemudian mendorongnya untuk berusaha mencari sesuatu yang diinginkan?.” Selain itu untuk kepentingan promosi pun pemahaman terhadap motivasi ini penting agar dalam mempromosikan produknya pihak pengelola zakat mampu menyusun pesan komunikasi yang dapat menyentuh kebutuhan dan keinginan muzakki.

## 2) Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang dalam mengatur, menyeleksi, memilih dan menginterpretasikan informasi yang masuk untuk menciptakan suatu gambar yang bermakna secara keseluruhan.<sup>14</sup> masyarakat akan mempersepsikan bahwa Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan yang dipilih memiliki keunggulan yang berbeda dengan lembaga lain dan keunggulan itu sangat berarti bagi masyarakat, maka masyarakat akan memilih Yayasan Baitul Maal masjid Jogokariyan, meskipun sebenarnya Yayasan Baitul Maal tersebut relatif sama dengan yang lainnya. Suatu proses persepsi akan diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, dilihat atau diraba.

---

<sup>14</sup> Tengku Ezni Balqiah, *Perilaku Konsumen*, (Banten, Universitas Terbuka, 2014), hlm. 424.

### 3) Sikap

Sikap adalah suatu tanggapan positif dari seseorang terhadap suatu objek seperti produk, merek, dan jasa, baik yang disenangi maupun yang tidak disenangi.<sup>15</sup> Hal ini muzzaki memberi tanggapan terhadap Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan, sebagai Yayasan pengelola dana zakat yang profesional dan transparan. Yang secara langsung mempengaruhi muzzaki untuk membayar zakat mal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan.

### 4) Proses belajar

Proses belajar merupakan proses di mana seseorang mengalami perubahan dalam sikap, pengetahuan ataupun perilaku berdasarkan pengalaman yang dialami. Perubahan yang relatif permanen akan diterapkan sampai masa mendatang. Kondisi ini menunjukkan bahwa sikap masyarakat berubah berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dialaminya. Pengetahuan dan pengalaman yang dialami masyarakat terhadap Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan membuat masyarakat percaya dan memiliki sikap positif.

## b) Faktor eksternal

### 1) Budaya

Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Perilaku manusia pada dasarnya dipelajari bukan bertindak berdasarkan naluri. Seseorang dalam masa pertumbuhan akan mendapatkan suatu nilai

---

<sup>15</sup> Etta Mamang Sangaji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta, Andi, 2013), hlm. 195.



preferensi, persepsi dan perilaku yang melalui suatu tahap sosialisasi. Dimana dalam tahapan tersebut melibatkan keluarga, teman dan lembaga-lembaga sosial lainnya.<sup>16</sup>

## 2) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang bertahan lama dalam masyarakat, yang tersusun secara bertingkat dan para anggotanya memiliki minat dan perilaku yang sama antara satu sama lain.<sup>17</sup> Kelas sosial dapat ditinjau dari berbagai kondisi, misalnya status kepemilikan rumah, lokasi tempat tinggal, pendidikan, rata-rata pengeluaran setiap bulan, pendapatan, dan pekerjaan.<sup>18</sup>

## 3) Kelompok referensi

Kelompok referensi termasuk kelompok nyata atau khayalan yang memiliki pengaruh terhadap perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan memilih suatu objek. Kelompok referensi dapat dipengaruhi oleh norma, informasi, dan melalui kebutuhan ekspresi konsumen.<sup>19</sup>

## 4) Keluarga

Keluarga adalah sekumpulan orang yang mempunyai pengaruh sangat besar dalam pengambilan keputusan memilih suatu objek. Pada dasarnya

---

<sup>16</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta, Kencana, 2003), hlm. 10.

<sup>17</sup> Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, CAPS, 2014), hlm. 262

<sup>18</sup> Iin Shofanatin, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim", *Skripsi*, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.

<sup>19</sup> "Fungsi kelompok dalam mempengaruhi konsumen," <http://manajemen.info>. akses 14 mei 2012.

seorang anak yang masih kecil atau sudah dewasa akan mencontoh perilaku orang tua ataupun keluarga besarnya. Misalnya pengambilan keputusan dalam memilih membayar zakat di tempat zakat yang direkomendasikan oleh keluarganya. Maka kemungkinan besar, anak akan membayarkan zakatnya ke tempat yang direkomendasikan oleh keluarganya yang terpercaya.

## **2. Minat Membayar Zakat**

Kesadaran akan kewajiban membayar zakat pada masyarakat itu muncul karena adanya minat masyarakat untuk membayarkan zakatnya di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan. Minat membayar zakat di yayasan adalah suatu keinginan yang tinggi untuk mengarahkan masyarakat kepada suatu pilihan tertentu. Menurut Andi Triyawan dan Siti Aisyah, minat adalah suatu gejala psikologis karena adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran serta perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran, artinya adanya kemauan atau kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan tertentu.<sup>20</sup> Minat membayar zakat adalah bentuk kesadaran masyarakat dalam membayar zakat mal, sesuai dengan ketentuan syariah, seperti; nisab, haul, serta cara mengeluarkannya melalui amil. Untuk itu, minat seseorang dapat diukur atau diketahui dengan menanyakan kepada anggota masyarakat Jogokariyan, apakah dia membayarkan zakatnya di Yayasan tersebut atas kemauan sendiri, sesuka hati atau karena dorongan dari orang lain. Hal itu dapat diketahui melalui

---

<sup>20</sup> Andi Triyawan Dan Siti Aisyah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzzaki Membayar Zakat Di BAZNAS Yogyakarta", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2016, hlm. 63.

berbagai pendekatan, yakni dengan penyebaran kuesioner yang berupaya mengumpulkan berbagai pendapat, pandangan dan preferensi yang menunjukkan sesuatu yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat mal di Yayasan atau di lembaga tertentu.

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat**

#### **a. Kepercayaan terhadap Yayasan zakat**

Kepercayaan ini muncul melalui proses dari beberapa persepsi yang berulang dengan adanya pembelajaran dan pengalaman. Sehingga dengan adanya rasa kepercayaan maka ada kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak yang lain.<sup>21</sup> Kepercayaan atau keyakinan masyarakat terhadap layanan yang amanah dan profesional, serta keterampilan amil yang dapat memperkuat kepercayaan masyarakat. Layanan tersebut harus mencerminkan sikap kerja amil sesuai dengan kode etik amil zakat. Pada dasarnya tujuan profesi amil zakat adalah untuk mewujudkan tanggung jawab dengan standar keprofesionalan dan kinerja dengan orientasi kepada kepentingan publik, baik mitra kerja atau masyarakat luas. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap yayasan zakat.

#### **b. Promosi lembaga zakat**

Promosi adalah komunikasi yang dilakukan oleh pengelola zakat untuk dapat memberikan sebuah informasi dari keunggulan kegiatan yayasan yang ditawarkan kepada masyarakat. Promosi dilakukan oleh pengelola zakat untuk mencapai sasaran pemasaran tertentu dan dalam pembuatannya, suatu

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 64.

jasa pengelola zakat harus mampu menunjukkan serangkaian situasi dan teknik-teknik yang harus digunakan. Yayasan zakat seperti Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuan, nilai, dan produk Yayasan Baitul Maal kepada masyarakat luas. Dengan mengetahui keunggulan produk jasa dan tujuan Yayasan Baitul Maal, maka mereka akan mendukung terhadap program-program yang di gunakan seluruhnya.<sup>22</sup>

- c. Image terhadap lembaga zakat adalah tanda respek atau kesan dari masyarakat luas terhadap yayasan zakat tersebut sebagai badan atau lembaga zakat yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik. Tugas amil itu sendiri adalah menciptakan citra organisasi yang diwakilinya, sehingga tidak menimbulkan isu-isu yang merugikan.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah rangkaian cara terstruktur atau sistematis yang digunakan oleh dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban yang tepat atas apa yang menjadi pertanyaan pada objek penelitian.

### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penyusun adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang datanya diperoleh dari pengamatan terhadap peristiwa yang terjadi dilapangan. Sedangkan sifat penelitian yang digunakan oleh penyusus adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif, yaitu dengan mengolah data

---

<sup>22</sup> “Pemasaran Lembaga Pendidikan,” <https://ifitaaarika.wordpress.com>. Akses 13 november 2018, pukul 23:12.

yang diperoleh dari lapangan yang disusun secara sistematis. Bentuk sajian datanya, penelitian kualitatif disajikan dalam bentuk cerita sesuai bahasa. Sedangkan penelitian kuantitatif disajikan dalam bentuk angka atau tabel.

## 2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian.<sup>23</sup> Sedangkan sampel adalah suatu bagian tertentu yang menjadi perhatian.<sup>24</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat atau muzaki yang tinggal di Kelurahan Jogokariyan dan membayar zakat di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Sampel yang diteliti adalah sebagian dari kepala keluarga yang bertempat tinggal di daerah tersebut dan membayar zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* atau *non random*. Dengan menggunakan metode *Convenience Sampling* Yang dimaksud dengan *convenience sampling* yakni metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah diakses untuk memperoleh jawaban atau informasi.

Populasi dalam penelitian ini besarnya diketahui jadi dalam menghitung sampel yang akan diambil dengan menggunakan teknik Slovin :

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

---

<sup>23</sup> Suharyadi Purwanto S.K., *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta, Salemba Empat, 2004), hlm. 323.

<sup>24</sup> *Ibid.* hlm.

Diketahui :

$n$  = sampel

$N$  = populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan

Dalam teknik ini populasi yang digunakan adalah masyarakat Jogokariyan yang membayar zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta sejumlah 67 responden dengan batas toleransi kesalahan 0,5%.

### **3. Sumber Data Penelitian**

Data Primer adalah informasi dari sumber utama. biasanya di sebut dengan istilah responden. Responden di dalam kasus ini adalah anggota masyarakat Jogokariyan. Data primer diperoleh melalui daftar pertanyaan tertulis kuesioner dan wawancara.

### **4. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Kuesioner (angket)**

Jenis kuesioner di dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat secara bebas, namun memiliki alternatif jawaban yang sudah disediakan. Kuesioner di bagikan kepada anggota masyarakat yang membayar zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Dan pengukurannya menggunakan *skala likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban dengan tabel sebagai berikut:<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), Cetakan IV, hlm. 45.

**Tabel 1.1**  
**Nilai Skala Likert**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah interaksi langsung antar peneliti dan responden dengan cara tanya jawab langsung kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh data. Wawancara ditekankan kepada pengelola zakat (Amil) Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

**5. Definisi Operasional**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen atau variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat muzaki dalam membayar zakat, sedangkan variabel independennya adalah kepercayaan, promosi, dan citra/image.

- a. Minat adalah suatu gejala psikologis karena adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran serta perasaan senang terhadap objek yang menjadi



sasaran, artinya adanya kemauan atau kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuannya. Minat membayar zakat di yayasan adalah suatu keinginan yang tinggi untuk mengarahkan masyarakat kepada suatu pilihan tertentu.

Indikator yang digunakan dalam menentukan minat adalah motif sosial dan faktor emosional, dorongan dari dalam diri,

- b. Kepercayaan adalah kemampuan Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan dalam melaksanakan amanah sesuai dengan yang harapan muzzaki. Indikator yang digunakan dalam menentukan kepercayaan adalah transparansi, kejujuran, tanggung jawab, integritas/mutu, kompeten/ cakup bertindak.
- c. Promosi adalah komunikasi khusus yang dilakukan oleh penjual untuk dapat memberikan sebuah informasi dari keunggulan sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen. Indikator yang digunakan untuk menentukan promosi adalah; iklan (spanduk, brosur, dll), word of mouth, personal selling/ tatap muka, pemasaran langsung (website, sosial media), buku cetak.
- d. Image/citra adalah tanda respek atau hormat dari masyarakat luas terhadap yayasan zakat tersebut sebagai badan atau lembaga zakat yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik. Tugas amil itu sendiri adalah menciptakan citra organisasi yang diwakilinya sehingga tidak menimbulkan isu-isu yang merugikan. Indikator yang

digunakan untuk menentukan image/ citra adalah; manajemen, moralitas/ moral, performa.

## 6. Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif yang digunakan oleh penyusun adalah dengan kerangka berfikir deduktif-induktif. Metode deduktif,<sup>26</sup> yaitu cara berpikir berlandaskan kepada teori umum atau kaidah umum. Sedangkan metode induktif yakni data dikaji melalui paparan data yang bersifat khusus.

## 7. Analisis Kuantitatif

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan keshahihan atau kevalidan suatu data yang telah diteliti. Menurut Arikunto dalam Tukiran mengemukakan, bahwa secara mendasar, validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>27</sup> Untuk menghitung tiap item instrumen dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah uji korelasi *product moment*.<sup>28</sup>

### b. Uji Reliabilitas

---

<sup>26</sup> Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat, *Metodologi Penyusunan* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2002), hlm. 170-171.

<sup>27</sup> Tukiran Tanirejan, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung, Alfabeta, 2012), hlm. 42.

<sup>28</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cet. Ke 15, (Bandung, Cv.Alvabeta, 2010), hlm. 248.

Sedangkan uji reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.<sup>29</sup> Berhubungan dengan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Sebuah alat ukur yang reliable adalah sebuah alat ukur yang nilai atau besarnya sama. Adapun uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *alpha cronbach*; dengan program SPSS (*statistical product and service solution*) versi 22.00

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedasitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Glesjer*.

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedasitas digunakan uji glesjer yaitu dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi. Jika hasil regresi mempunyai nilai signifikan t pada tiap variabel independen (lebih dari )  $\geq 5\%$  maka model terbebas dari heteroskedasitas. Sebaliknya jika nilai signifikan t pada tiap variabel independen (kurang dari )  $\leq 5\%$  maka model terkena heteroskedasitas.<sup>30</sup>

2) Uji multikoloniaritas

---

<sup>29</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta, Pt Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 55.

<sup>30</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang, Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 129.

Multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid. Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel-variabel independen. Jika didalam pengujian ternyata terdapat keterkaitan antara variabel independen, maka pengujian tidak dapat dilakukan untuk tahap selanjutnya.

Hasil pengujian dari uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance berikut:

- a. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
  - b. Apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas.<sup>31</sup>
- d. Uji Model
- 1) Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaiman keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan

---

<sup>31</sup> “uji asumsi klasik (uji multikoloniaritas),” <https://sbm.binus.ac.id>. Akses 13 november 2018, pukul 14:33.

nilainya).<sup>32</sup> Persamaan regresi liner berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + e$$

Keterangan :

Y = minat muzzaki      a = konstanta

B = koefisien regresi      e = error

X<sub>1</sub> = religiusitas      X<sub>2</sub> = kepercayaan

X<sub>3</sub> = lokasi      X<sub>4</sub> = persepsi terhadap informasi yang di dapat

X<sub>5</sub> = persepsi terhadap image/citra diri

## 2) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Adalah mengukur kesesuaian dari persamaan regresi, yaitu memberikan proporsi atau presentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R<sup>2</sup> terletak antara 0-1, dan kecocokan model dikatakan lebih baik kalau R<sup>2</sup> semakin mendekati 1. Sifat penting R<sup>2</sup> adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya untuk membandingkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam dua model, orang harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam

---

<sup>32</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta Lentera Hati, 2010), hlm. 227.

model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *adjusted R square* (adj.  $R^2$ ).

### 3) Uji F (Uji Model)

Uji model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel bebas. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol.<sup>33</sup> Rumusan hipotesis statistik; variabel independen kepercayaan, promosi, dan image secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

P-VALUE	ARTI
> 10 %	Tidak signifikan
5 % - 10 %	Signifikan lemah
1 % - 4,999 %	Signifikan moderat
< 1 %	Signifikan kuat

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots b_k = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Menurut nilai signifikansi :

- a. Jika nilai sig.  $\geq 5\%$  maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol ( $H_0$ ).
- b. jika nilai sig.  $\leq 5\%$  maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesisi alternatif ( $H_a$ ).

---

<sup>33</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 2001), hlm. 97

## 4) Uji parsial (uji t)

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji apakah semua parameter ( $b_1$ ) sama dengan nol. Rumusan hipotesis statistik;<sup>34</sup> menunjukkan bahwa variabel independen kepercayaan dan promosi secara individual menerangkan tidak sama dengan nol. Artinya variabel kepercayaan dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar atau menyalurkan zakat mal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Sedangkan variabel image secara individual mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar atau menyalurkan zakat mal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

$$H_0 : b_1 = 0 \quad H_a : b_1 \neq 0$$

Menurut kriteria nilai signifikansi:

- a. Jika nilai sig.  $\geq 5\%$  maka keputusannya adalah diterimanya hipotesis nol ( $H_0$ ).
- b. Jika nilai sig.  $\leq 5\%$  maka keputusannya adalah ditolaknya hipotesis nol ( $H_0$ ) dan diterimanya hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

### G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini terbagi dalam lima bab, bab satu dengan bab lainnya merupakan satu kesatuan yang utuh dan saling

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 97

berkaitan. Masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub bab. Untuk mempermudah pemahaman, maka susunanya dapat dijelaskan di bawah ini:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, kerangka teori, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi tentang tinjauan fiqh muamalah yang terdiri dari pengertian zakat mal, dasar hukum zakat mal, rukun dan syarat zakat mal, perilaku membayar zakat mal, faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam menyalurkan zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta, dan pembentukan unit pengelolaan zakat berdasarkan Undang-Undang No 23 Tahun 2011.

Bab ketiga, berisi tentang gambaran umum objek penelitian dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang tempat yang dijadikan objek penelitian.

Bab keempat, berisi tentang analisis kualitatif dan kuantitatif terhadap data yang ada pada bab kedua dan ketiga dengan menggunakan analisis berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan pembentukan dan pembayaran zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan.

Bab kelima, yaitu bab penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran sebagai tindak lanjut dari penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

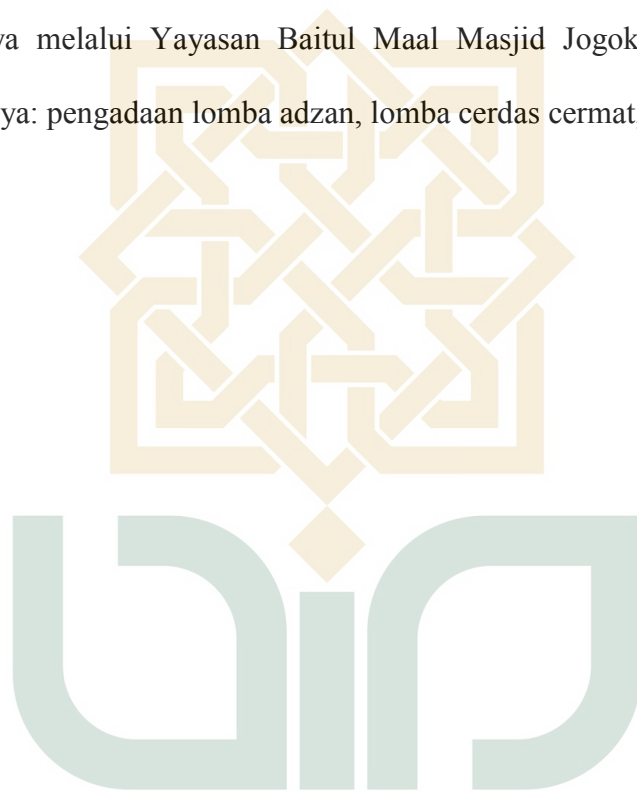
1. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 18 Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta belum berwenang untuk mengelola dana zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya sesuai dengan yang diatur di dalam Undang-Undang pengelolaan zakat.
2. Hasil uji model menunjukkan bahwa faktor kepercayaan, promosi, dan image berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menyalurkan zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Diantara ketiga variabel kepercayaan, promosi, dan image, secara parsial hanya variabel image yang berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menyalurkan zakat maal di Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka disarankan untuk peneliti selanjutnya:

1. menambah variabel independen atau variabel bebas lainnya, misalnya religiusitas dan lokasi.
2. Mengambil responden yang bukan dari lingkungan masjid Jogokariyan Yogyakarta.

3. Bagi pengurus Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta, hendaknya meminta izin kepada Menteri Agama sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 Yang Mengatur Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011.
4. Dan hendaknya menjaga image yang sudah bagus ini. Bila memungkinkan ditingkatkan agar lebih banyak muzakki yang berminat menyalurkan zakat maalnya melalui Yayasan Baitul Maal Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Misalnya: pengadaan lomba adzan, lomba cerdas cermat, dan lain-lain.



## DAFTAR PUSTAKA

### Hadis/Syarah Hadis/Ulumul Hadis

Syaikh Ahmad Syakir, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (Qs. At-Taubah: 60)*”, Jakarta: Darus Sunnah Press, 2014.

### Kelompok Fiqh Dan Ushul Fiqih

Ahmad Said, Hasani, Tafsir Ahkam: Zakat Sebagai Solusi Perekonomian Umat Di Indonesia, *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2014.

Al Zuhayly, Wahabah, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1997.

Amir, M. Taufiq, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Aziz, Abdul, *Manajemen Investasi Syari'ah*, Bandung, Alfabeta, 2010.

Daud Ali, Mohammad, *Sistem Ekonomi Islam Zakat Dan Wakaf*, Jakarta, UI Press, 1988.

Didin Hafidudin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Ezni Balqiah, Tengku, *Perilaku Konsumen*, Banten, Universitas Terbuka, 2014.

Ferrinadewi, Erna, *Merek Dan Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2008.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005, Cetakan IV.

Ghazali, Imam *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2009.

- Hafidhuddin, K.H, Didin, *Agar Harta Berkah Dan Bertambah : Gerakan Membudayakan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf*, Jakarta: Gema Insani Press, 2007.
- Hamka, *Profil Lembaga Pengelola Zakat*, Jakarta: Direktorat Pemberdaya Zakat, 2012
- Irfan Romadhon, Muhammad, *Pengelola Dan Zis Di Masjid Jogokariyan*, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Ismail, *Pengelolaan Zakat*, Bandung: Surya Media Group, 2003.
- Junaidi Rambe, Ahmad, *Analisis Perbedaan Ringkat Modal, Omzet, Dan Keuntungan Mustahiq Sebelum dan Sesudah disalurkan Dana Zakat Produktif di Baitul Mal Masjid Jogokariyan*, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017.
- J Setiadi, Nugroho *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta, Kencana, 2003.
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 2001.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlanga, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2006.
- Nelin Nuha, Agus, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzzaki Dalam Membayar Zakat Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Kota Yogyakarta*, *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Ekonomi Islam ,Fakultas Syari'ah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Mamang Sangaji, Etta, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta, Andi, 2013.
- Muflih, Muhammad *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mufraini, M. Arif, *Akuntansi Dan Manajemen Zakat*, Jakarta, Kencana, 2006.
- Muhammad, *Zakat Profesi: Wacana Pemikiran dalam Fikih Kontemporer*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Pengantar Pengelolaan Zakat Secara Produktif*, Jakarta: Mumtaz Publishing, 2007.

- Ramulyo, *Hukum Perkawinan, Hukum Kewarisan, Hukum Acara Peradilan Agama Dan Zakat Menurut Hukum Islam*, Jakarta, Sinar Grafika, 1995.
- Riani, Deni, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Muzaki Dalam Membayar Zakat Studi Kasus Pada Baznas Kota Yogyakarta, *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Keuangan Islam, Fakultas Syariah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012
- Parmita Ardane Swari, Galuh Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsisten Muzzaki Dalam Membayar Zakat Mal, *Skripsi*, Tidak Diterbitkan, Keuangan Islam, Fakultas Syariah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta; Indeks, 2007.
- Purwanto S.K, Suharyadi *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*, Jakarta, Salemba Empat, 2004.
- Shofanatin, Iin Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim, *Skripsi*, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cet. Ke 15, Bandung, Cv.Alvabeta, 2010.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta Lentera Hati, 2010.
- Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, CAPS, 2014.
- Swastha Dharmmesta, Basu, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, BPFE, 2000.
- Tanirejan, Tukiran, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung, Alfabeta, 2012.
- Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta, Pt Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- UU No 23 Tahun 2011
- Wibowo, *Manajemen Perubahan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Yusuf Al-Qardhawi, *Fikih Zakat*, Indonesia: Kencana Prenada Media Group, 2002.

Zaenuri, Wahab dkk., *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut-Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Pada Bank Syari'ah*, Semarang, Puslit IAIN Walisongo.

### Sumber Lain

Ghora Nidityo, Herwindo, *Zakat Produktif Untuk Meningkatkan Kinerja Produksi, Motivasi Dan Religiusitas Mustahiq*, Jurnal Ekonomi Islam, Jestt Vol. 1 No. 9 September 2014.

Hafiz Daulay, Abdul, *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Mal Melalui Instansi Bazis/Las (Studi Kasus Di Kecamatan Tembung Medan)*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol 3 No 4.

Kurniawati, N., *Preferensi Masyarakat Kabupaten Sukabumi Dalam Pengambilan Keputusan Membayar Zakat*, Jurnal Syariah, Vol. 1, No. 2, 2015.

Pimay, Awaludin, *Gerakan Zakat Di Indonesia*, Jurnal Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol. 44, No.1, 2010.

Riski Hasannah Guring, Herfita, *Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat Kecamatan Medan Baru Dalam Membayar Zakat*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 3 No 7.

Triyawan, Andi dan Siti Aisyah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzzaki Membayar Zakat Di BAZNAS Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 1, 2016.

“Uji Asumsi Klasik (Uji Multikoloniaritas),” <https://Sbm.Binus.Ac.Id>. Akses 13 November 2018, Pukul 14:33.

“Pemasaran Lembaga Pendidikan,” <https://Ifitaaarika.Wordpress.Com>. Akses 13 November 2018, Pukul 23:12.

[Www.Sumberpengertian.Co](http://Www.Sumberpengertian.Co) “Pengertian Zakat Mal Lengkap (Syarat, Rukun, Jenis Dan Contoh Zakat Mal)”, 23 September, 2017.



## GAMBARAN UMUM MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA

### 1. Sejarah Berdirinya Masjid Jogokariyan

Sebelum tahun 1967, dikampung Jogokariyan belum ada Masjid. Kegiatan dakwa dan keagamaan berpusat disebuah langgar kecil di pojok kampung yang terletak di RT 42/ RW 11 ( sekarang menjadi rumah keluarga Bapak Drs. Sugeng Dahlan, selatan rumah almarhum Bapak H. Basyir Widyahadi). Langgar berukuran 3x4 meter persegi dengan lantai berundak tinggi ini, saat ramadhan tidak pernah atau jarang terisi. Maklum masyarakat Jogokariyan pada saat itu umumnya kalangan “ ABANGAN” karena kultur Abdi dalam prajurit karaton Ngayogyakarta Hadiningrat yang lebih *ngugemi* “Tradisi Kejawen” dari pada kultur-kultur keislaman.

Kampung Jogokariyan yang dibuka sejak masa HB IV, setelah penduduk ndalem Beteng Baluwerti Keraton telah sesak, maka berbondong-bondong prajurit kesatuan dipindah keluar beteng bersama keluarganya dan Abdi dalem prajurit Krapyak atau Kandang Menjangan, sehingga tempat tinggal/ palungguhan prajurit ini sesuai dengan toponemnya dikenal dengan nama “ kampung jogokariyan”.

Pada masa HB ke VIII ada perubahan peran prajurit di keraton Ngayogyakarta yang semula adalah prajurit perang menjadi prajurit upacara dan dipersempit yang semula jumlahnya 750 orang menjadi 75 orang saja. Maka para abdi dalem prajurit banyak yang kehilangan jabatan dan pekerjaan.

Kebiasaan hidup mapan sebagai abdi dalem dengan sengan judi, mabuk, bahkan “nyeret” (nyandu) harus berubah menjadi petani, karena tidak lagi



menerima gaji, tetapi diberi tanah palungguh (sawah), dan pekarangan. Saat itu tidak sedikit yang tidak bisa menyesuaikan diri sehingga tanah pekarangan banyak yang jatuh dijual kepada pengusaha batik dan tenun dari kampung jogokariyan.

Dan terjadilah perubahan sosial ekonomi yang cukup membuat syok warga. Kampung jogokariyan berubah menjadi kampung batik dan tenun, generasi anak-anak abdi dalem terpaksa bekerja menjadi buruh di pabrik-pabrik batik dan tenun. Masa-masa kejayaan batik dan tenun, merupakan masa-masa buruan bagi keturunan abdi dalem prajurit Jogokariyan yang tidak bisa menyesuaikan diri, mereka penduduk asli yang sudah menjadi miskin ditengah kemakmuran pendatang, padahal mereka punya gelar bangsawan, Raden atau Raden Mas. Kesenjangan sosial ekonomi ini dimanfaatkan oleh partai komunis indonesia (PKI) dengan sentimen kelas buruh dan majikan.

Maka gerakan PKI disambut antusias oleh warga jogokariyan yang termarginalisasi ini, sehingga jogokariyan menjadi basis PKI yang didominasi warga miskin dan buruh. Para juragan yang berasal dari “abangan” aktif di PNI dan beberapa pendatang dari karangkajen menjadi pendukung Masyumi (jumlahnya minoritas). Pada saat G30S PKI 1965, banyak warga yang ditangkap dan dipenjara sebagai tahanan politik. Masa-masa kritis tersebut, masjid jogokariyan dibangun dan menjadi alat perekat untuk melakukan perubahan sosial menjadi masyarakat Jogokariyan yang berbudaya islam. Masjid Jogokariyan benar-benar

melaksanakan fungsi sebagai agen perubahan. Jogokariyan yang dulu “abangan” komunis kini menjadi masyarakat islam melalui dakwah berbasis Masjid.<sup>1</sup>

### **1. Letak Geografis Masjid Jogkoariyan Yogyakarta.<sup>2</sup>**

Masjid Jogokariyan Yogyakarta berada di kampung Jogokariyan Kelurahan Mantrijeron Kecamatan Yogyakarta. Kelurahan Mantrijeron ini terletak di Kecamatan Mantrijeron Kotamadya Dati II Yogyakarta, tidak jauh dari komplek pondok pesantren krapyak bantul. Luasnya mencapai 85,84 Ha, dengan batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Benteng Keraton, Kel. Panembahan, Kec. Kraton  
Sebelah Selatan : Kel. Pogunharjo, Kec. Sewon, Kab. Bantul  
Sebelah Timur : Kel. Suryodiningratan, Kec. Mantrijeron  
Sebelah Barat : Kel. Brontokusuman, Kec. Mergangsan

#### a) Letak Wilayah

Kampung : Jogokariyan  
Kelurahan : Mantrijeron  
Kecamatan : Mantrijeron  
Kota : Koya Yogyakarta  
Provinsi : Daerah Istimewa Yogyakarta

b) Jumlah Penduduk : 3970

c) Jumlah Kepala Keluarga : 887

Islam : 95%

---

<sup>1</sup> [Http://Masjidjogokariyan.Com/](http://Masjidjogokariyan.Com/) Diakses Pada Tanggal 20/01/17 Jam 16:15 WIB –

<sup>2</sup> Muhammad Irfan Romadhon, “Pengelola Dan Zis Di Masjid Jogokariyan”, (*Skripsi*), Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017, Hlm. 31-33.

Non Islam : 5%

d) Infrastruktur Yang Ada Dalam Wilayah Dakwah

TK : 3 buah

SD : 1 buah

Madrasah : 1 buah

Mushala : 4 buah

Balai warga : 1 buah

Tanah lapang : 1 buah

Lapangan bulutangkis : 5 buah

Pom bensin : 1 buah

**2. Struktur kepengurusan masjid jogokariyan periode 2015-2019<sup>3</sup>**

Dewan Syuro

Ketua : H. Muhammad Jazir, Asp

Anggota : Drs. H Jufri Arsyad

: H.M. Chamid

: H.M. Supriyanto, St.

Ketua Umum : H. Muhammad Fanni Rahman, Sip

Ketua Bidang 1 : Salim A. Fillah

Ketua Bidang 2 : H. Wahyu Wujayanto, S.Ag.

Ketua Bidang 3 : Syubban Rizalinoor, S.Ag.

Sekretaris : H.M. Rizqi Rahim, ST. M.Eng

: Dr. Andre Indrawan, M. Hum.

---

<sup>3</sup> Ibid, Hlm. 37-41.

Bendahara : Wahyu Tejo Raharjo, SE.,

: Amirudin Hamzah.

### **Bidang 1**

- 1) Biro Pembinaan HAMAS (Himpunan Anak-Anak Masjid Jogokariyan)
  - Rizkibaldi, Yushana Septian, Inna Rachmawati, M. Syafiq Hamzah, M. Falakhul Insan, Reni
- 2) Biro Pembinaan Remaja (Remaja Masjid Jogokariyan)
  - Muhammad hasan habib, nur santi riyadh, novita dewi, muhammad rosyidi, ST.
- 3) Biro Perpustakaan
  - M. Ikhlas, Isti, Liza, Jaja
- 4) Biro Komite Aksi Untuk Umat (Kaum) Dan Relawan Masjid
  - Nur Rahmat S, Pak Rais, Ahmeda Aulia Nurseta, Rahmat Aryfin
- 5) Biro Pendidikan Dan Pengkajian Islam
  - Drs.H. Rudiatin, Mujib, Eko Budi Prasetyo, Nuruddin
- 6) Biro Humas, Media Dan Teknologi Informasi
  - Khrisna Yuniar R, Agus Triyatno, Anugrah Yoga, Supradiyana, Hendry Irianto, Rio Nurtantyana, Iswahyudi, Bagas Wibisono, Dwi Sulasono
- 7) Biro Perekonomian Masjid
  - Cahyo Indarto, Cancer Tri Yulianto, Sugiarto (RW 11), Agus Suprianton, Wawan (RW 10), Hari (Gudeng Mandeg)

8) Biro Klinik

- Ana Adina Patriani, Dr. H. Soepangat, Budi Munarti, Endah Atantiasari, Nining, Dina, Istighfari Ayuningtiyas.

**Bidang 2**

1) Biro Pembinaan Haji

- H. Subandi Suyuti, Bchk, H.M. Ikhsan, H. Dedi Suwaryo, Ibu. Hj. Joko Waskito

2) Biro Pembinaan Imam Dan Muazin

- HM. Wildan Ahmad, M.Ag, H. Busani, Dhani TR

3) Biro Ibadah Jum'at

- Nursaid, Mujib, Amin, Bp. Jendro Wardoyo

4) Biro Pembangunan

- Ridwan Shodiq, ST. H. Ali Rosadi, Tunggul Tejo Isworo

5) Biro Perawatan Jenazah

- Muhammad Rosyidi, ST. Anjang Nur Rohmsn, Amiruddin Hamzah, Bambang Suryanto (RW 9), Jupari, Joko Waskito, Ibu Sujiman, Ibu Wasto, Ibu Sudarminah Sunarto, Ibu Sujono, Ibu Hj. Supadmi, Ibu Hj. Juwariyah Suroto.

6) Biro Peringatan Hari Besar Islam

- Muhammad Fibran, Adityakuskarismantoro.

7) Biro Kuliah Subuh Dan Pembinaan Jama'ah

- HM. Syabani, H. Suharjono, Abdullah Kahfi, Furqoni, Drh. Agus Abadianto, Bambang Wisnugroho, Ibu Siti Zamharoch, Ibu Sri Rahayu, Ibu Ummu Hanik, Ibu Dra. Alice, M.Hum, Ibu Anis ASP, Ibu. Hj. Ismujadi.

8) Biro Kerumah Tanggaan

- Sudiwahyono, Riyadi Agustono, Boy Supriyadi, Joko Sarwono, Ibu Djufri Arsyad, Ibu Tok Sutarno, Ibu Wildan Ahmad.

9) Biro Ziswaf

- Ismail Toha Putra Sh., Ridwan Shodiq, ST., Eko Hidayatul Fikri, SE.

**Bidang 3**

1) Biro Ummida (Ummi Muda)

- Ibu Dini Istiani, S. Psi., Ibu Indra Welly.

2) Biro Kurma (Keluarga Alumni Remaja Masjid)

- Anjang Nur Rohman, M. Syaiful Basya, SE., Bambang Priambodo, Wahyu Bintoro, Eryo, Sasongko

3) Biro Kebudayaan Dan Olahraga

- DR. Andre Indrawan, Drs.H. Tedhy Sutadi, Rusdi Harminto, Adhi Maryanto, Taufiq Nur Setiawan, Eko HP, M. Rais Rusyadi, Sugiarto (RT 44)

4) Biro IKS (Ikatan Keluarga Sakinah)

- Harmaji Suwarno, Ibu Siti Kusniatun, Ibu Sri Kadarwati, Ibu Siti Harjono, Suwarto.

5) Biro Donor Darah

- Mujiraharjo, Bagas, Zamzawi Ruslan, SE., Ali Riyanto, M. Diwan Sigit

6) Biro Dokumentasi Dan Kearsipan

- M. Agus, SE., Anugrah Yoga, Nadia Nurussalamah, Firda, Lutfi JKT.

7) Biro Keamanan

- Wahyu Widayat, Bustami, Istianto, Joko Purnomo, Agung SA, Marimun, M. Galang Wibisono (Ega)

8) Biro Pelatihan Dan Pengembangan Masjid

- Syubban Rizalinoor, S.Ag., Gustami, Suharyanto, SE., Haidar M. Tilmitsani.<sup>4</sup>

**3. Program kerja masjid jogokariyan<sup>5</sup>**

- Memasyarakatkan masjid dan memasjidkan masyarakat
- Membangun kelembagaan masjid yang profesional dalam karya, ikhlas dalam niat.
- Melaksanakan tertib administrasi, efisiensi, transparansi dalam anggaran
- Mengembangkan seluruh potensi jama'ah bagi kemakmuran masjid dan kesejahteraan jama'ah
- Mengembangkan dakwah jama'ah dan jama'ah dakwah
- Pendekatan kesejahteraan dalam dakwah
- Menggarap dan membina generasi muda yang berjasad kuat, berwawasan luas, berjiwa marhamah, berprestasi, dan mandiri.
- Membina keluarga jama'ah yang sakinah sebagai benteng ketahanan ummat

---

<sup>5</sup> *Ibid*, Hlm 41-42.

- i. Mengelolamajelis-majelis ta'lim yang terencana dan terprogram untuk pemahaman islam yang utuh dan luas, sempurna
- j. Peningkatan kaulitas ibadah dari segi syar'i maupun teknis
- k. Menggali sumber dana yang optimal tanpa harus memberi beban kepada jama'ah.<sup>6</sup>

#### **4. Visi Dan Misi Masjid Jogokariyan**

##### a) Visi

“Terwujudnya Masyarakat Sejahtera Lahir Batin Yang Diridhoi Allah Melalui Kegiatan Kemasyarakatan Yang Berpusat Di Masjid”.

##### b) Misi

1. Menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan masyarakat
2. Memakmurkan kegiatan ubudiyah di masjid
3. Menjadikan masjid sebagai tempat relreasi rohani jama'ah
4. Menjadikan masjid tempat merujuk berbagai persoalan masyarakat
5. Menjadikan masjid sebagai pesantren dan kampus masyarakat.



## LAMPIRAN 2 KUESIONER

Yogyakarta, 18 Mei 2018

Kepada Yth : Bapak/ Ibu Pembayar Zakat

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Yuliana

NIM : 13380006

Prodi : Muamalah, Fakultas Syari'ah Dan Hukum, UIN SuKa Yogyakarta.

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi dengan judul: 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Atau Menyalurkan Zakat Mal Di Baitul Mal Masjid Jogokariyan Yogyakarta'. saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi kuesioner terlampir. Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, untuk itu saya mohon Bapak/Ibu memberikan jawabannya dengan jujur. Berdasar pada kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas Bapak/Ibu selaku pembayar zakat mal yang telah berkenan memberikan jawaban kuesioner ini.

Kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini, merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi terselenggaranya penelitian ilmiah ini. Untuk itu, saya menghaturkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat saya,

Wahyu Yuliana

**Pilihlah pernyataan di bawah ini yang dianggap paling tepat dengan memberi tanda silang (X) pada alternatif pilihan yang tersedia.**

**A. Identitas Diri**

Mohon dengan hormat atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi data responden dibawah ini dengan memberi tanda ( ) pada pilihan anda !

1. Jenis kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Umur
  - a. 25 tahun
  - b. 26-35 tahun
  - c. 36-45 tahun
  - d. 45 tahun
3. Pendidikan terakhir
  - a. SD/ MI
  - b. SMP/MTs
  - c. SMA/MA
  - d. D3
  - e. S1
  - f. S2/S3
4. Pekerjaan/profesi
  - a. Guru/ Dosen
  - b. Pegawai Negeri Sipil
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Pengusaha
  - e. Dokter
  - f. Advokat
  - g. TNI
  - h. Lain-lain
5. Pendapatan keluarga per bulan
  - a. Rp 4.000.000
  - b. Rp 4.000.000 – Rp 8.000.000
  - c. Rp 8.000.000 – Rp 12.000.000
  - d. Rp 12.000.000 – Rp 16.000.000
  - e. Rp 16.000.000
6. Sudah berapa kali Bapak/ Ibu membayar zakat di Baitul Mal Masjid Jogokariyan.
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. 4 kali
  - e. 5 kali
  - f. Lebih dari 5 kali
7. Selain membayar zakat mal di Baitul Mal Masjid Jogokariyan Bapak/ Ibu juga membayar zakat di
  - a. Hanya di Masjid Jogokariyan
  - b. BAZ
  - c. LAZ
  - d. Yayasan yatim piatu
  - e. Pesantren
  - f. Mustahiq langsung
  - g. Lain- lain;.....
8. Saya tahu tentang Baitul Mal Masjid Jogokariyan dari : ( jawaban boleh lebih dari satu)
  - a. Keluarga
  - b. Teman
  - c. Internet
  - d. Media cetak
  - e. Lain- lain;.....

### Petunjuk Pengisian Angket

Berilah tanda ( ) pada kolom yang paling mendekati kondisi anda !

No	Keterangan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>KEPERCAYAAN</b>						
1	Manajemen dana zakat di Baitul Mal Masjid Jogokariyan, dikelola secara terbuka/transparan kepada masyarakat luas, terutama kepada pembayar zakat					
2	BMMJ sudah melaksanakan tugasnya secara profesional sebagai pengelola dana zakat.					
3	Lembaga BMMJ memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dana zakat.					
4	Saya percaya pengelolaan infaq yang profesional memberikan kesan bahwa pengelolaan zakat mal juga profesional.					
5	Pegawai BMMJ menunjukkan kinerja yang baik sehingga layak dipercaya oleh pembayar zakat.					
<b>PROMOSI</b>						
6	Program pengambilan dana zakat dari rumah ke rumah memotivasi masyarakat untuk membayar zakat mal.					
7	Kata-kata yang disajikan di dalam brosur atau iklan di internet mudah dipahami.					
8	Media brosur atau iklan di internet memberikan informasi yang lengkap mengenai program pemberdayaan umat.					
9	Dengan adanya penyuluhan tentang zakat dari BMMJ membuat masyarakat tertarik untuk membayar zakat mal.					
10	Instrumen tentang peminjaman dana zakat mal untuk masyarakat miskin atau dhuafa mampu memotivasi saya untuk membayar zakat.					
<b>IMAGE</b>						
11	BMMJ sudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga memiliki tanggung jawab sosial yang besar.					
12	BMMJ memastikan keamanan pembayar zakat dalam bertansaksi terjamin atau terjaga kerahasiaannya.					
13	Manajemen BMMJ bekerja dengan sangat profesional.					
14	BMMJ memiliki kerja sama tim yang baik.					

15	BMMJ menciptakan suasana kantor yang islami.					
	<b>MINAT</b>					
16	Saya berminat membayar zakat mal di BMMJ karena pelayanan sangat baik.					
17	Saya berminat membayar zakat mal di BMMJ karena lokasinya yang dekat.					
18	Saya menunaikan zakat mal di lembaga BMMJ karena pengalokasian dana zakat yang tepat sasaran.					
19	Saya menunaikan zakat mal di lembaga BMMJ karena pengelolaannya profesional.					
20	Pembayar zakat berminat membayar zakat mal karena pegawai BMMJ sangat ramah.					

\*BMMJ ( Baitul Mal Masjid Jogokariyan )

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA



**DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN**

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Frekuensi Membayar Zakat	Selain di Baitul Mal	Mengetahui Baitul Mal
1	Pria	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga dan Teman
2	Pria	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
3	Pria	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	<Rp 4.000.000	4 kali	BAZ	Keluarga
4	Pria	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	LAZ	Keluarga dan Teman
5	Pria	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	<Rp 4.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
6	Pria	>45 tahun	S1	Lain-lain	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	LAZ	Keluarga dan Teman
7	Pria	36-45 tahun	SMA/MA	Karyawan Swasta	<Rp 4.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
8	Pria	36-45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	5 kali	BAZ	Keluarga
9	Pria	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
10	Pria	>45 tahun	S2/S3	Pengusaha	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	Pesantren	Keluarga dan Teman
11	Pria	36-45 tahun	S1	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
12	Pria	36-45 tahun	S1	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	4 kali	BAZ	Teman
13	Pria	36-45 tahun	SMP/MTs	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
14	Pria	>45 tahun	S2/S3	Pengusaha	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga dan Teman
15	Pria	36-45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga dan Teman
16	Pria	36-45 tahun	S1	Dokter	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	Pesantren	Teman
17	Pria	26-35 tahun	S1	PNS	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	4 kali	Pesantren	Keluarga
18	Pria	>45 tahun	S2/S3	Advokat	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	3 kali	LAZ	Teman
19	Pria	36-45 tahun	S1	PNS	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
20	Pria	>45 tahun	S2/S3	Advokat	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	BAZ	Teman
21	Pria	36-45 tahun	S2/S3	Guru/Dosen	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
22	Wanita	26-35 tahun	S1	PNS	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	1 kali	BAZ	Teman



23	Pria	36-45 tahun	S1	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	2 kali	BAZ	Teman
24	Pria	>45 tahun	SMA/MA	Karyawan Swasta	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	5 kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
25	Pria	36-45 tahun	S1	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	4 kali	BAZ	Teman
26	Pria	26-35 tahun	S1	Lain-lain	<Rp 4.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
27	Pria	36-45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	3 kali	BAZ	Media cetak
28	Pria	36-45 tahun	S1	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	3 kali	BAZ	Teman
29	Pria	26-35 tahun	S1	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	2 kali	BAZ	Teman
30	Pria	36-45 tahun	SMA/MA	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	4 kali	BAZ	Keluarga
31	Pria	26-35 tahun	S1	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	2 kali	BAZ	Teman
32	Pria	36-45 tahun	SMA/MA	Lain-lain	<Rp 4.000.000	2 kali	BAZ	Keluarga
33	Pria	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
34	Pria	>45 tahun	S2/S3	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
35	Pria	>45 tahun	S2/S3	Pengusaha	<Rp 4.000.000	2 kali	BAZ	Keluarga
36	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga
37	Wanita	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	5 kali	Pesantren	Keluarga
38	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
39	Wanita	36-45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
40	Wanita	36-45 tahun	S1	Pengusaha	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
41	Wanita	>45 tahun	S2/S3	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	Pesantren	Keluarga
42	Wanita	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
43	Wanita	36-45 tahun	SMA/MA	Guru/Dosen	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	4 kali	Lain-lain	Keluarga
44	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Karyawan Swasta	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
45	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Pesantren	Keluarga
46	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	5 kali	LAZ	Keluarga
47	Wanita	36-45 tahun	S2/S3	Karyawan Swasta	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga

48	Pria	>45 tahun	SMA/MA	Karyawan Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	3 kali	LAZ	Keluarga
49	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
50	Pria	36-45 tahun	S2/S3	Pengusaha	>Rp 16.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
51	Pria	36-45 tahun	SMA/MA	Lain-lain	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	Mustahiq langsung	Keluarga
52	Pria	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
53	Pria	>45 tahun	S1	Pengusaha	<Rp 4.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
54	Wanita	36-45 tahun	SMA/MA	Lain-lain	<Rp 4.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
55	Wanita	>45 tahun	S1	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
56	Wanita	36-45 tahun	S2/S3	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	BAZ	Keluarga
57	Wanita	36-45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
58	Wanita	36-45 tahun	S1	Guru/Dosen	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	Pesantren	Keluarga
59	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Mustahiq langsung	Keluarga
60	Wanita	26-35 tahun	S1	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
61	Wanita	26-35 tahun	S1	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
62	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	LAZ	Keluarga
63	Wanita	36-45 tahun	S1	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
64	Wanita	36-45 tahun	S2/S3	Pengusaha	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Yayasan Yatim Piatu	Keluarga
65	Wanita	>45 tahun	S1	Pengusaha	Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	Beberapa kali	LAZ	Keluarga
66	Wanita	36-45 tahun	S2/S3	Guru/Dosen	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	Beberapa kali	Lain-lain	Keluarga
67	Wanita	>45 tahun	SMA/MA	Karyawan Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	3 kali	BAZ	Keluarga





## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (KEPERCAYAAN)

**Correlations**

		K1	K2	K3	K4	K5	K
K1	Pearson Correlation	1	.691**	.617**	.446**	.470**	.804**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
K2	Pearson Correlation	.691**	1	.729**	.641**	.698**	.893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
K3	Pearson Correlation	.617**	.729**	1	.616**	.661**	.856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
K4	Pearson Correlation	.446**	.641**	.616**	1	.765**	.807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
K5	Pearson Correlation	.470**	.698**	.661**	.765**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	67	67	67	67	67	67
K	Pearson Correlation	.804**	.893**	.856**	.807**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	5

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (PROMOSI)

### Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P
P1	Pearson Correlation	1	.542**	.641**	.457**	.434**	.839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
P2	Pearson Correlation	.542**	1	.819**	.648**	,198	.775**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,109	,000
	N	67	67	67	67	67	67
P3	Pearson Correlation	.641**	.819**	1	.696**	.284*	.847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,020	,000
	N	67	67	67	67	67	67
P4	Pearson Correlation	.457**	.648**	.696**	1	.276*	.753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,024	,000
	N	67	67	67	67	67	67
P5	Pearson Correlation	.434**	,198	.284*	.276*	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	,000	,109	,020	,024		,000
	N	67	67	67	67	67	67
P	Pearson Correlation	.839**	.775**	.847**	.753**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	5

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (IMAGE)

### Correlations

		I1	I2	I3	I4	I5	I
I1	Pearson Correlation	1	.630**	.485**	.444**	.287*	.760**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,019	,000
	N	67	67	67	67	67	67
I2	Pearson Correlation	.630**	1	.373**	,210	,119	.629**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,087	,339	,000
	N	67	67	67	67	67	67
I3	Pearson Correlation	.485**	.373**	1	.540**	.473**	.776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
I4	Pearson Correlation	.444**	,210	.540**	1	.743**	.804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,087	,000		,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
I5	Pearson Correlation	.287*	,119	.473**	.743**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	,019	,339	,000	,000		,000
	N	67	67	67	67	67	67
I	Pearson Correlation	.760**	.629**	.776**	.804**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	5

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (MINAT)

### Correlations

		M1	M2	M3	M4	M5	M
M1	Pearson Correlation	1	,223	,466**	,538**	,551**	,757**
	Sig. (2-tailed)		,070	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
M2	Pearson Correlation	,223	1	,084	,019	,150	,564**
	Sig. (2-tailed)	,070		,498	,878	,224	,000
	N	67	67	67	67	67	67
M3	Pearson Correlation	,466**	,084	1	,672**	,560**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,498		,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
M4	Pearson Correlation	,538**	,019	,672**	1	,551**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,878	,000		,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67
M5	Pearson Correlation	,551**	,150	,560**	,551**	1	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,224	,000	,000		,000
	N	67	67	67	67	67	67
M	Pearson Correlation	,757**	,564**	,721**	,688**	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	5

## HASIL UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN

### Frequencies

#### Jenis\_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	39	58,2	58,2	58,2
Wanita	28	41,8	41,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 26-35 tahun	8	11,9	11,9	11,9
36-45 tahun	30	44,8	44,8	56,7
>45 tahun	29	43,3	43,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/MTs	1	1,5	1,5	1,5
SMA/MA	21	31,3	31,3	32,8
S1	32	47,8	47,8	80,6
S2/S3	13	19,4	19,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Guru/Dosen	9	13,4	13,4	13,4
PNS	3	4,5	4,5	17,9
Karyawan Swasta	9	13,4	13,4	31,3
Pengusaha	31	46,3	46,3	77,6
Dokter	1	1,5	1,5	79,1
Advokat	2	3,0	3,0	82,1
Lain-lain	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp 4.000.000	8	11,9	11,9	11,9
Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	18	26,9	26,9	38,8
Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	22	32,8	32,8	71,6
Rp 12.000.000 - Rp 16.000.000	13	19,4	19,4	91,0
>Rp 16.000.000	6	9,0	9,0	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Frekuensi\_Membayar\_Zakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali	1	1,5	1,5	1,5
2 kali	5	7,5	7,5	9,0
3 kali	12	17,9	17,9	26,9
4 kali	6	9,0	9,0	35,8
5 kali	4	6,0	6,0	41,8
Beberapa kali	39	58,2	58,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Selain\_di\_Baitul\_Mal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BAZ	33	49,3	49,3	49,3
LAZ	7	10,4	10,4	59,7
Yayasan Yatim Piatu	8	11,9	11,9	71,6
Pesantren	7	10,4	10,4	82,1
Mustahiq langsung	2	3,0	3,0	85,1
Lain-lain	10	14,9	14,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Mengetahui\_Baitul\_Mal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Keluarga	50	74,6	74,6	74,6
Teman	10	14,9	14,9	89,6
Media cetak	1	1,5	1,5	91,0
Keluarga dan Teman	6	9,0	9,0	100,0
Total	67	100,0	100,0	

## HASIL UJI MULTIKOLINERITAS

### Correlations

		Kepercayaan	Promosi	Image
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	,354**	,509**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000
	N	67	67	67
Promosi	Pearson Correlation	,354**	1	,370**
	Sig. (2-tailed)	,003		,002
	N	67	67	67
Image	Pearson Correlation	,509**	,370**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	
	N	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	I, P, K <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: RES1

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.264 <sup>a</sup>	,070	,025	1,05075

a. Predictors: (Constant), I, P, K

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,204	3	1,735	1,571	.205 <sup>b</sup>
	Residual	69,557	63	1,104		
	Total	74,762	66			

a. Dependent Variable: RES1

b. Predictors: (Constant), I, P, K



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,351	1,555		,869	,388
	K	,130	,068	,277	1,916	,060
	P	-,002	,045	-,005	-,038	,970
	I	-,134	,076	-,255	-1,752	,085

a. Dependent Variable: RES1

## HASIL UJI REGRESI BERGANDA

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	I, P, K <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: M

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	,510	,487	1,70466

a. Predictors: (Constant), I, P, K

b. Dependent Variable: M

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190,691	3	63,564	21,874	.000 <sup>b</sup>
	Residual	183,070	63	2,906		
	Total	373,761	66			

a. Dependent Variable: M

b. Predictors: (Constant), I, P, K

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,117	2,523		,839	,405
	K	,070	,110	,067	,640	,525
	P	,001	,073	,002	,018	,985
	I	,795	,124	,677	6,424	,000

a. Dependent Variable: M

## DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

### Kepercayaan1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	3	4,5	4,5	4,5
Setuju	34	50,7	50,7	55,2
Sangat setuju	30	44,8	44,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Kepercayaan2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	37	55,2	55,2	55,2
Sangat setuju	30	44,8	44,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Kepercayaan3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	40	59,7	59,7	59,7
Sangat setuju	27	40,3	40,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Kepercayaan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	35	52,2	52,2	52,2
	Sangat setuju	32	47,8	47,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Kepercayaan5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	39	58,2	58,2	58,2
	Sangat setuju	28	41,8	41,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Promosi1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	4,5	4,5	4,5
	Tidak setuju	7	10,4	10,4	14,9
	Setuju	28	41,8	41,8	56,7
	Sangat setuju	29	43,3	43,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Promosi2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	5	7,5	7,5	7,5
	Setuju	54	80,6	80,6	88,1
	Sangat setuju	8	11,9	11,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Promosi3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Setuju	53	79,1	79,1	85,1
	Sangat setuju	10	14,9	14,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Promosi4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	5	7,5	7,5	7,5
Setuju	47	70,1	70,1	77,6
Sangat setuju	15	22,4	22,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Promosi5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak setuju	7	10,4	10,4	11,9
Setuju	29	43,3	43,3	55,2
Sangat setuju	30	44,8	44,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Image1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	36	53,7	53,7	53,7
Sangat setuju	31	46,3	46,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Image2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
Setuju	40	59,7	59,7	61,2
Sangat setuju	26	38,8	38,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Image3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
Setuju	46	68,7	68,7	70,1
Sangat setuju	20	29,9	29,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Image4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Setuju	35	52,2	52,2	53,7
	Sangat setuju	31	46,3	46,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Image5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Setuju	43	64,2	64,2	65,7
	Sangat setuju	23	34,3	34,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Minat1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	3,0	3,0	3,0
	Setuju	39	58,2	58,2	61,2
	Sangat setuju	26	38,8	38,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Minat2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	12	17,9	17,9	17,9
	Setuju	33	49,3	49,3	67,2
	Sangat setuju	22	32,8	32,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Minat3**

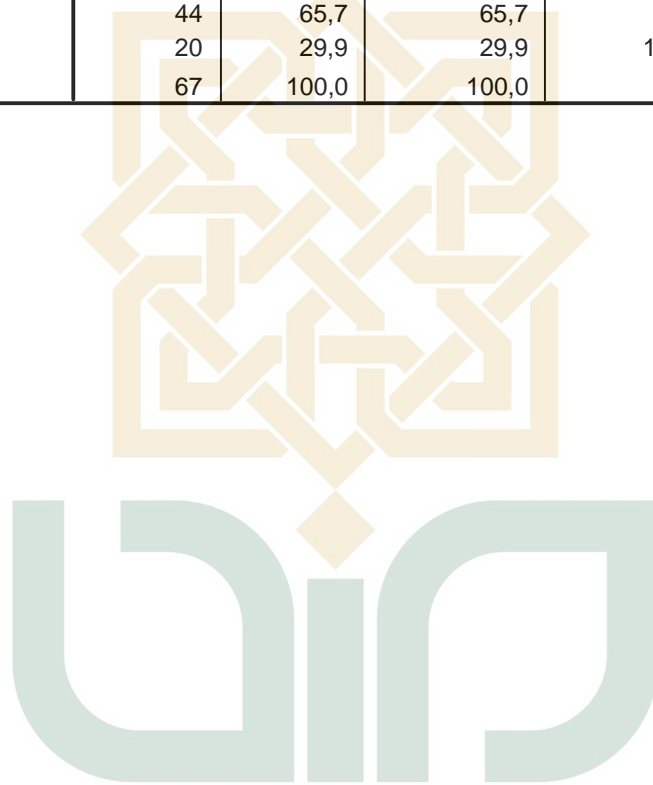
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	3,0	3,0	3,0
	Setuju	43	64,2	64,2	67,2
	Sangat setuju	22	32,8	32,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

#### Minat4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	47	70,1	70,1	70,1
Sangat setuju	20	29,9	29,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Minat5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak setuju	2	3,0	3,0	4,5
Setuju	44	65,7	65,7	70,1
Sangat setuju	20	29,9	29,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	



## TERJEMAHAN AL-QURAN, HADITS DAN ISTILAH-ISTILAH

Hal.	Nomor Footnote	Ayat al-Quran dan Hadits	Terjemahan Ayat
<b>BAB I</b>			
2	4	Q.S. (9) At-Taubah : 60	Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk memerdekakan budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah SWT, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan.
<b>BAB II</b>			
31	6	Q.S. (2) al-baqarah : 43	Dan dirikanlah shalat, tunaikan zakat dan ruku' lah beserta orang-orang yang ruku'.
31	7	Q.S.(16) an-nahl : 71	Dan Allah melebihkan kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezeki..
31	8	Q.S. (51) ad-dharyiat: 19	Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.
34	16	Q.S. (9) at-taubah : 54	Dan tidak ada yang menghalangi mereka untuk di terima dari mereka nafkah-nafkahnya melainkan karena mereka kafir kepada Allah dan rasul-rasulnya....

36	19	Q.S. (2) al-baqarah: 168	Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan: karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.
----	----	--------------------------	--







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)512840, Fax.(0274)545614  
<http://syariah.uin-suka.ac.id> Yogyakarta 55281

No. : B- 1391 /Un.02/DS.1/PN.00/ 05 /2018  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

28 Mei 2018

Kepada

Yth. **Kepala Pengurus Takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta**  
Cq. Biro Bendahara dan Perekonomian Masjid Jogokariyan Yogyakarta  
di. Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagaimana yang tersebut di bawah ini :

No	Nama	NIM	PRODI
1.	WAHYU YULIANA	13380006	Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

Untuk mengadakan penelitian di Masjid Jogokariyan Yogyakarta guna mendapatkan data dan informasi dalam rangka Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) yang berjudul :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MAL DI BAITUL MAAL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA"

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr.wb.



Tembusan :  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Yuliana  
Tempat dan Tanggal Lahir : Purworejo, 17 juli 1994  
Nomer Induk Mahasiwa : 13380006  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menyangkut pautkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan yang sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 November 2018

Yang menvatakan,



Wahyu Yuliana  
NIM. 13380006

## CURRICULUM VITAE

Data pribadi

Nama : Wahyu Yuliana

Tempat, tanggal lahir : Purworejo, 17 juli 1994

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat asal : Ds. Rowo, kedungpucang, kec. Bener, kab. purworejo

Alamat di Yogyakarta: Jl. Balirejo uh ii/520 mujamuju umbulharjo yogyakarta

Email : [wahyuana45@gmail.com](mailto:wahyuana45@gmail.com)

Latar belakang pendidikan

Formal:

2001- 2007 : MI GUPPI Sumberwulan, Selomerto, Wonosobo

2007-2010 : MTs Ma'arif Selomerto Wonosobo

2010-2013 : MAN Purworejo

Hormat saya,

Wahyu yuliana