KEADILAN DISTRIBUSI DAN MINAT BAYAR ZAKAT MELALUI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT

Arsyad Abror Universitas Islam Indonesia

arsyadelrasyid@gmail.com

Abstract: *Zakat merupakan salah satu dari 5 rukun islam yang harus dijalankan bagi umat muslim. Zakat menjadi penjembatan untuk mengurangi gap antara orang miskin dengan orang kaya, dalam arti lain zakat menjadi jalan untuk menyamaratakan pendistribusian kekayaan diantara umat islam. Ketika zakat dapat dikelola dengan efektif dan efisien, maka seharusnya akan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan umat islam. Artikel ini merupakan studi awal yang mengajukan model penelitian untuk mengujikan faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat. Diajukan tiga model pengujian faktor, yakni keadilan distribusi, kepercayaan afektif, dan kepercayaan kognitif. Hal ini disebabkan karena kurangnya penelitian tentang keadilan distribusi zakat dan kepercayaan afektif dan kognitif organisasi pengelola zakat. Tinjauan literatur yang luas dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis literatur yang relevan untuk mengajukan model penelitian.*

Keyword: *Kepercayaan afektif dan kognitif, keadilan distribusi zakat, minat bayar zakat*

1. Pendahuluan

Laporan tahunan BAZNAS Pusat tahun 2014 menunjukan, pertumbuhan penghimpunan zakat pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada 2011 terjadi peningkatan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) sebesar 49,6% dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2012 kembali mengalami peningkatan 23,8%, kemudian pada tahun 2013 terjadi peningkatan 18%, dan pada tahun 2014 sendiri peningkatan berada pada persentase 40,5%. Peningkatan tersebut seyogyanya juga diikuti oleh pemerataan perekonomian masyarakat dan peningkatan kemampuan perekonomian masyarakat Indonesia.

Meskipun penghimpunan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah terus meningkat setiap tahunnya, akan tetapi penghimpunan tersebut masih jauh dari potensi zakat yang ada diindonesia. Berdasarkan data, potensi zakat di Indonesia mencapai lebih dari 200 triliyun pada setiap tahunnya sejak 2010, dan hingga laporan tahunan 2015 diterbitkan jumlah dana

zakat yang terhimpun pada setiap tahunnya belum mencapai 5% dari total potensi *zakat* yang mencapai lebih dari 200 triliyun.

Fakta tersebut menunjukan beberapa kemungkinan yang melatarbelakanginya, kurang sadarnya umat muslim Indonesia terhadap kewajiban *zakat*, lebih dominannya pembayaran *zakat* secara individu tanpa melalui lembaga *zakat*, atau banyaknya penghimpunan dana *zakat* oleh lembaga-lembaga yang ada didaerah yang tidak terpantau oleh BAZNAS Pusat sehingga penghimpunannya tidak terdokumentasi dalam laporan tahunan BAZNAS Pusat. Hal ini harus menjadi perhatian serius bagi para pengelola Organisasi Pengelola Zakat, utamanya adalah untuk menumbuh kembangkan kepercayaan para *muzakki* potensial tersebut kepada Organisasi Pengelola Zakat agar dapat dikelola secara terkoordinir dan terpantau, sehingga meminimalisir terjadinya tumpang tindih program dan menumpuknya distribusi zakat pada wilayah-wilayah tertentu.

Karena pentingnya peranan kepercayaan masyarakat terhadap minat bayar zakat masyarakat, terdapat beberapa penelitian yang mengaitkan minat bayar zakat, diantaranya oleh oleh Saad & Haniffa (2014) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku kepatuhan zakat bisnis. Penelitian ini untuk menguji pengaruh prilaku, dan norma subjektif terhadap prilaku kepatuhan membayar zakat dengan niatan sebagai variable pemoderasinya. Pada tahun berikutnya, Sidiq (2015) menguji pengaruh pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, tingkat religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dan setahun berselang, Azimah (2016) meneliti tentang pengaruh religiusitas, gaji, kepercayaan terhadap *muzakki* terhadap minat bayar zakat di Baznas Kabupaten Gresik. Hasil kajian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat. Pada tahun yang sama, Yunus (2016) menemukan bahwa faktor kepercayaan dan kontribusi masing-masing berpengaruh positif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal, sedangkan faktor religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal. penelitian dilakukan oleh Satrio & Siswantoro (2016) yang meneliti tentang faktor pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas dalam mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat penghasilan melalui OPZ, menemukan bahwa ketiga variable tersebut berpengaruh terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan melalui OPZ. Sedangkan Triyawan & Aisyah (2016) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan regulasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat melalui BAZNAS tetapi produk yang dihasilkan Baznas tidak berpengaruh signifikan. Masih pada tahun yang sama, penelitian oleh Perbawa & Abdullah (2016) mengujikan pengaruh dari persepsi kredibilitas

organisasi, religiusitas, dan pendapatan terhadap kesadaran membayar zakat melalui BAZNAS, yang menemukan bahwa semua variable berpengaruh terhadap prilaku kepatuhan membayar zakat, namun faktor pendapatan menjadi yang paling berpengaruh diantara ketiga variable tersebut.

Meskipun kepercayaan sudah banyak dikaji sebagai faktor yang mempengaruhi minat bayar zakat, tetapi konsep kepercayaan itu sendiri dapat dibagi menjadi kepercayaan afektif dan kognitif. Belum banyak penelitian yang menguji pengaruh kepercayaan afektif dan kognitif terhadap minat bayar zakat kecuali penelitian oleh Ikhwanda & Hudayati (2018), oleh karena itu peneliti akan mengkaji pengaruh tersebut. Perbedaan dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian Ikhwanda & Hudayati (2018) kedua kepercayaan tersebut dipengaruhi oleh transparansi dan akuntabilitas, sementara dalam penelitian ini peneliti memprediksikan kedua kepercayaan tersebut dipengaruhi oleh persepsi *muzakki* terhadap keadilan distribusi zakat oleh organisasi pengelola zakat.

Adapun yang menjadi pertanyaan bagi peneliti dalam penelitian ini adalah *pertama,* apakah keadilan distribusi zakat oleh OPZ berpengaruh terhadap minat bayar zakat melalui OPZ ? *kedua,* apakah keadilan distribusi zakat berpengaruh terhadap kepercayaan afektif dan kognitif *muzakki* ? *ketiga,* apakah kepercayaan afektfi dan kognitif berpengaruh terhadap minat bayar zakat melalui OPZ ? Lebih spesifik lagi, penelitian ini akan mengkaji a) pengaruh keadilan distribusi zakat terhadap minat bayar zakat melalui OPZ, b) pengaruh keadilan distribusi zakat terhadap kepercayaan afektif *muzakki*, c) pengaruh keadilan distribusi zakat terhadap kepercayaan kognitif *muzakki,* d) pengaruh kepercayaan afektif *muzakki* terhadap minat bayar zakat melalui OPZ, e) pengaruh kepercayaan kognitif *muzakki* terhadap minat bayar zakat melalui OPZ.

2. Tinjauan Literatur

2.1. Theory of Planned Behavior & Teori Keadilan

Teori pertama yang diajukan oleh peneliti adalah *Theory of Planned Behavior.* Ajzen (1991) menjelaskan bahwa dalam *theory of planned behavior* niat menjadi faktor paling utama dalam menentukan prilaku atau tindakan seseorang. Niat menggambarkan motivasi seseorang yang mempengaruhi prilaku atau tindakan seseorang, secara sederhana motivasi menjadi indikasi seseorang akan melakukan sebuah usaha atau mencoba untuk melakukan suatu tindakan ataupun berprilaku. Semakin tinggi niatan seseorang untuk terlibat dalam suatu tindakan atau berprilaku, maka semakin tinggi kemungkinan usaha yang akan dilakukan.

Terkait dengan teori ini, bahwa niatan dalam teori ini dipengaruhi oleh 3 faktor yang mendasarinya:

Sikap Terhadap Prilaku

Sederhananya, dimaknai sebagai sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian terhadap prilaku yang bersangkutan, menguntungkan atau tidaknya terhadap dirinya.

Norma Subyektif

Faktor sosial, berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tersebut. Dalam keyakinan normatif, sikap yang ditunjukan oleh individu atau golongan orang yang dipandang penting bagi pelaku (setuju atau tidak setujunya terhadap suatu prilaku) memiliki pengaruh terhadap prilaku yang dilakukan oleh seseorang.

Persepsi Kontrol Prilaku

Menurut teori ini ketersediaan sumber daya dan peluang berhubungan dengan keyakinan diri terhadap kemampuan untuk melakukan sesuatu. Keyakinan ini bisa saja didasarkan pada pengalaman yang dialami oleh pelaku, namun juga umumnya dipengaruhi oleh informasi yang didapat dari orang atau pihak yang dipercayainya, oleh pengalaman orang disekitarnya, dan oleh faktor lainnya yang dapat meningkatkan kesulitan atau rintangan atau justru malah mampu mengurangi kesulitan yang akan dihadapi. Maka dari itu, semakin banyak sumber daya dan peluang yang dirasa oleh seseorang ketika akan berprilaku atau bertindak, serta semakin sedikitnya rintangan yang harus diantisipasi, sedikit banyaknya akan memperbesar control atau kepercayaan diri yang dirasakan atas prilaku tersebut.

Dalam konteks membayar zakat, kesediaan *muzakki* membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat dipengaruhi oleh motivasi dari *muzakki* tersebut, dimana motivasi adalah pemaknaan dari niat dalam *Theory of Planned Behavior*. Semakin tinggi niat atau motivasi dari *muzakki* untuk membayar melalui Organisasi Pengelola Zakat, maka semakin tinggi kemungkinan banyaknya jumlah zakat yang mampu dikumpulkan. Untuk itu, penting untuk membuat program yang dapat mempengaruhi niatan dan motivasi *muzakki* membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat.

Teori kedua yang diajukan oleh peneliti sebagai dasar dari penelitian ini yakni teori keadilan. Winthrop (1978) menjelaskan teori keadilan aris toteles bahwa dalam teori ini keadilan parsial yang diajukan oleh aris toteles cukup sederhana, dibagi menjadi dua bentuk, yakni keadilan distributife dan korektif. *Keadilan distributif* dijelaskan sebagai sebuah prinsip yang mendasari distribusi barang dan kehormatan dalam suatu komunitas, dimana prinsip

tersebut diwujudkan dalam bentuk bahwa orang yang sama harus memiliki bagian yang sama dan juga tidak sama, bagian yang tidak setara, serta semua kepemilikan atau bagian tersebut dapat dinyatakan dalam sebuah kepastian, kejelasan, dan ketepatan rumus matematika, dan keadilan distributif ini adalah sebuah porsi. Sementara *keadilan korektif* dijelaskan merupakan keadilan yang memberikan prinsip yang diterapkan dalam pengadilan ketika terjadi suatu persengketaan terhadap suatu kontrak, sehingga harus diperbaiki. Dalam upaya perbaikan perselisihan suatu kontrak tersebut, oleh hakim diperhitungkan keuntungan dan kerugian yang didapat oleh mitra dalam kontrak tersebut harus disamakan.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, peneliti berfokus pada keadilan distribusi seperti yang dijelaskan, bahwa merupakan suatu prinsip yang mendasari distribusi barang dan kehormatan pada suatu komunitas yang diwujudkan dalam bentuk kesempatan yang sama pada setiap masing-masing individu untuk memiliki bagian yang sama dan juga tidak sama. Dalam konteks distribusi zakat, ini tentu harus menjadi prinsip utama bagi pengelola organisasi pengelola zakat dalam mendistribusikan zakatnya, dimana pengelola harus mendata para *mustahiq* yang sesuai dengan hukum fiqh yang telah ditetapkan oleh para ulama fiqh terkait dalam pengelompokan dan prioritas dari *mustahiq* zakat. Tentu hal ini selaras dengan esensi dari adanya zakat itu sendiri, yakni agar tidak terjadinya penumpukan harta kekayaan pada satu golongan tertentu saja, dan tidak meratanya kesempatan untuk mendapatkannya. Oleh karenanya, dalam pengelolaan distribusi zakat oleh OPZ harus mengedepankan prinsip keadilan dalam distribusi zakatnya.

2.2. Keadilan Distribusi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam *theory of planned behavior* prilaku seseorang akan dipengaruhi oleh niat dari individu tersebut, dimana niat itu juga dipengaruhi oleh sikap terhadap prilaku (menilai baik buruknya prilaku yang akan dilakukan), norma subyektif (bagaimana pandangan sosial terhadap apa yang akan dilakukan), dan persepsi kontrol prilaku (keyakinan diri akan kemampuan untuk melakukannya). Tiga faktor tersebut mempengaruhi seberapa besar niatan yang akan muncul dalam individu *muzakki* untuk berzakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Penilaian diri tentu akan dilakukan oleh *muzakki* sebelum melakukan pilihan, penilaian tersebut bersifat pribadi dan bersifat umum dari lingkungan serta bagaimana lingkungan sosial memandangnya. *Muzakki* akan menilai bagaimana keuntungan dan kerugian yang akan dialaminya ketika melakukan pembayaran zakat melalui OPZ. Penilaian pribadi ini tentu tidak terlepas dari bagaimana pengelolaan yang dilakukan oleh *'amil* zakat dalam pendistribusiannya, dan tentunya juga pengelolaan secara keseluruhan. Kredibilitas dari

organisasi akan mempengaruhi bagaimana kepercayaan akan tumbuh, dan memilih untuk menyalurkan zakatnya melalui OPZ yang dirasa kredibel secara pengelolaan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Perbawa & Abdullah (2016) yang menemukan bahwa kredibilitas organisasi mempengaruhi kepatuhan untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Kredibilitas organisasi, bisa terbangun melalui pengelolaan yang efektif dan efisien. Dalam kaitannya dengan OPZ, maka kemampuan dari *'amil* untuk mengumpulkan semaksimal mungkin potensi zakat yang ada dan mendistribusikannya dengan menentukan skala prioritas kepada *mustahiq* secara tepat dan sesuai dengan kebutuhan menjadi salah satu faktor tolak ukurnya (Beik et al., 2016).

Winthrop (1978) menjelaskan *Keadilan distributif* sebagai sebuah prinsip yang mendasari distribusi barang dan kehormatan dalam suatu komunitas, dimana prinsip tersebut diwujudkan dalam bentuk bahwa orang yang sama harus memiliki bagian yang sama dan juga tidak sama, bagian yang tidak setara, serta semua kepemilikan atau bagian tersebut dapat dinyatakan dalam sebuah kepastian, kejelasan, dan ketepatan rumus matematika,

Dalam perspektif Islam, konsep distribusi dipahami lebih luas, yaitu peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.

Keadilan dalam pendistribusian zakat oleh OPZ adalah bagian dari bentuk tanggungjawab pengelolaan *'amil*, sehingga keadilan ini adalah suatu hal yang mutlak untuk diusahakan dan menjadi target dalam setiap penyusunan program untuk pendistribusian zakat kepada *mustahiq*. Berbagai penelitian terkait dengan minat membayar zakat adalah salah satu faktornya yakni karena OPZ memiliki program-progam yang baik dalam distribusi zakatnya dan tepat sasaran seperti penelitian yang dilakukan oleh Saad & Haniffa (2014). Dengan penyusunan program yang ditargetkan dan diacukan menuju pendistribusian yang adil, seiring dengan itu kredibilitas dari OPZ juga akan meningkat, mengingat rasa bentuk tanggungjawab pengelolaan untuk dapat mendistribusikan secara tepat sasaran dan adil didalamnya akan menunjang semangat para *'amil* untuk bekerja dan menyusun program dengan semaksimal mungkin, seiring dengan itu pula akan meningkatkan minat dari *muzakki* untuk membayar zakat melalui OPZ seperti yang telah diteliti oleh Perbawa & Abdullah (2016).

Prilaku kepatuhan membayar zakat, yang diwujudkan dalam minat untuk membayar zakat melalui OPZ seperti yang telah diuraikan sebelumnya dalam *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991) dipengaruhi oleh niat terbesar dalam individu *muzakki*. Hal tersebut

akan ditunjang oleh kredibilitas organisasi, *muzakki* tentu akan melakukan evaluasi terhadap ini sebelum pada akhirnya ia memutuskan untuk menyalurkan zakatnya melalui OPZ. Keadilan distribusi menjadi salah satu prinsip yang harus diterapkan dalam pengelolaan penyaluran zakat oleh *'amil* (Beik et al., 2016). Merujuk pada penelitian sebelumnya dan latarbelakang pemikiran tersebut, maka peneliti mengajukan :

H_1 : Keadilan distribusi zakat oleh OPZ berpengaruh dan positif terhadap Minat Bayar Zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat

2.3 Kepercayaan afektif dan kognitif

Menurut Liliweri (2011), Bahwa Aspek Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, komponen afektif berisi emosional perasaan yang terikat pada suatu perihal atau pihak tertentu. Didalamnya adalah representasi dari komponen yang menunjukan perasaan emosional pribadi terhadap suatu perihal, perasaan emosional itu bisa berupa bentuk respek, kemarahan, kesukaan, ketakutan. Sedangkan minat adalah bentuk dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu perihal yang kemudian mempengaruhi diri pribadi untuk mengetahui dan mempelajari atau bahkan membuktikan lebih lanjut (Darmadi, 2017).

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai satu kesediaan satu pihak terhadap pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa pihak lain adalah kompeten, terbuka, peduli, dan dapat diandalkan (Zur, Leckie, & Webster, 2012). Kepercayaan menjadi factor penting dalam dunia bisnis. Aspek rasional menjadi tolak ukur untuk memunculkan rasa kepercayaan, dan aspek emosional pun menyertainya. Kepercayaan merupakan suatu proses dari sejarah yang dependen terhadap contoh-contoh pengalaman yang relevan tetapi terbatas, sehingga dibutuhkan waktu untuk dapat membentuknya. Karena kepercayaan adalah ekspektasi serta pengharapan positif kepada sesuatu yang tidak melebihi batas tindakan serta kebijakan yang menjadi kesepakatan bersama.

Johnson dan Grayson (2005) menjelaskan kepercayaan kognitif sebagai kepercayaan atau keinginan dari pelanggan dengan mengandalkan kompetensi dan kehandalan yang dimiliki oleh penyedia layanan atau produk. Sementara kepercayaan afektif dikonotasikan sebagai kepercayaan kepada relasi yang didasarkan pada perasaan yang dihasilkan oleh bagaimana tingkat perhatiannya kepada konsumen. Kepercayaan kognitif muncul sebagai bentuk akumulasi dari pengetahuan yang memungkinkan seorang untuk memprediksikan dengan beberapa tingkat kepercayaan berkaitan dengan kemungkinan dari relasi atau mitra memenuhi kewajibannya. Akumulasi pengetahuan yang dimaksud didapatkan dari pengamatan perilaku mitra dan reputasi yang dilaporkan. Sementara bentuk dari kepercayaan

afektif dapat dilihat dari perasaan aman dan nyaman yang dirasakan konsumen saat berinteraksi dengan produsen ataupun penyedia jasa.

Pada kepercayaan kognitif, aspek pengetahuan tentang objek, pengalaman berinteraksi, dan bagaimana penilaian berdasarkan pada pengamatan menjadi bagian atau faktor untuk membangun kepercayaan kognitif. Sedangkan dalam kepercayaan afektif, berkaitan tentang bagaimana perasaan terhadap suatu objek, dimana yang menjadi komponen utama adalah faktor emosional, karena afektif adalah komponen dari yang menunjukan perasaan, respek, atau perhatian kita terhadap objek tertentu, baik berupa rasa aman, takut, resah, suka atau bahkan benci sekalipun.

Kepercayaan yang berbasiskan pada kognisi melahirkan kepercayaan atau ketidakpercayaan kepada pihak lain sebagai bentuk keputusan yang didasarkan pada rasionalitas. Didasarkan pada pengalaman serta tempat semisal bentuk tanggungjawab dan kompetensi dari pihak lain tersebut. Sementara afektif membutuhkan faktor emosional yang mendalam berkaitan dengan menjalin hubungan terhadap pihak lain (Ergeneli, Ari, & Metin, 2007).

Dalam konteksi organisasi pengelola zakat, kepercayaan dari *muzakki* didasarkan pada pengetahuan *muzakki* terhadap OPZ dan keilmuan zakatnya, kesimpulan yang dibangun oleh *muzakki* adalah terlahir dari suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Objek yang diamati disini bisa berupa macam-macam program yang disusun oleh pihak OPZ dalam upaya penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infaq, dan shadaqah. Sementara atribut itu sendiri dapat berupa karakter dari *amil* dalam mengelola dan membangun hubungan dengan para *muzakki*. Sehingga, perihal kepercayaan ini menjadi tolak ukur yang harus dicapai, mengingat kepercayaan menjadi salah satu variabel dalam Teori Rasionalis Action yang menjadi dasar teori untuk menjelaskan seseorang dalam mengambil sikap atau tindakan. Kepercayaan terhadap organisasi dengan memasukan sifat kepribadian dikategorikan sebagai kecenderungan untuk percaya. Kecenderungan ini dapat dianggap sebagai keinginan yang sifatnya umum untuk dapat mempercayai pihak lain. Sehingga, kecenderungan untuk percaya ini juga akan menentukan seberapa banyak kepercayaan yang dimiliki.

Keadilan distributif dijelaskan sebagai sebuah prinsip yang mendasari distribusi barang dan kehormatan dalam suatu komunitas, dimana prinsip tersebut diwujudkan dalam bentuk bahwa orang yang sama harus memiliki bagian yang sama dan juga tidak sama, bagian yang tidak setara, serta semua kepemilikan atau bagian tersebut dapat dinyatakan dalam sebuah kepastian, kejelasan, dan ketepatan rumus matematika (Winthrop, 1978).

Bahwa keadilan dalam distribusi zakat adalah merupakan bentuk tanggungjawab paling mendasar dan pokok dari para *'amil*, maka seharusnya dan selayaknya ini menjadi target utama dalam pengelolaan distribusi zakat oleh OPZ, yakni adil dalam proses distribusinya. Adil dalam konteks pendistribusian zakat adalah mampu memprioritaskan sesuai dengan kebutuhan terhadap *mustahiq* yang ada, sehingga kemampuan untuk mengidentifikasi *mustahiq* adalah kebutuhan mutlak dari *'amil*.

Keadilan dalam distribusi zakat juga menjadi perhatian dari *muzakki* dalam hal untuk meningkatkan motivasinya dan niatnya membayar zakat melalui OPZ. Seperti yang telah disebutkan dalam *theory of planned behavior* dimana prilaku seseorang faktor utamanya adalah pada minat, dimana minat itu sendiri dipengaruhi oleh tiga faktor yakni *attitude toward behavior, subjective norm, & perceived control behavior* (Ajzen, 1991). Konsep kepercayaan itu sendiri dapat dibagi lagi menjadi kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif. Keadilan distribusi zakat akan meningkatkan kepercayaan kognitif dari *muzakki*, karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa evaluasi yang dilakukan oleh *muzakki* terhadap kredibilitas dari OPZ akan meningkatkan kepercayaan yang berbentuk keputusan secara rasionalitas, dimana ini mengandalkan sisi kognitifnya. Penelitian terdahulu belum ada yang meneliti berkaitan dengan pengaruh keadilan distribusi terhadap kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif, namun Ikhwanda & Hudayati (2018) meneliti tentang pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap kepercayaan afektif dan kognitif. Berbeda dengan penelitian ini, peneliti memprediksikan bahwa keadilan distribusi zakat mempengaruhi terhadap kepercayaan, dimana konsep kepercayaan itu sendiri dibagi menjadi kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif.

Berdasar pada latarbelakang pemikiran dan penelitian yang dilakukan sebelumnya, disini peneliti memprediksikan :

H_2 : Keadilan distribusi zakat OPZ berpengaruh dan positif terhadap Kepercayaan afektif

H_3 : Keadilan distribusi zakat OPZ berpengaruh dan positif terhadap Kepercayaan kognitif

Terkait kepercayaan masyarakat terhadap minat bayar zakat masyarakat, terdapat beberapa penelitian yang mengaitkan minat bayar zakat, diantaranya oleh Saad & Haniffa (2014) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku kepatuhan zakat bisnis. Penelitian ini untuk menguji pengaruh prilaku, dan norma subjektif terhadap prilaku kepatuhan membayar zakat dengan niatan sebagai variable pemoderasinya. Pada tahun berikutnya, Sidiq (2015) menguji pengaruh pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, tingkat religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil

zakat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dan setahun berselang, Azimah (2016) meneliti tentang pengaruh religiusitas, gaji, kepercayaan terhadap *muzakki* terhadap minat bayar zakat di Baznas Kabupaten Gresik. Hasil kajian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat. Pada tahun yang sama, Yunus (2016) menemukan bahwa faktor kepercayaan dan kontribusi masing-masing berpengaruh positif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal, sedangkan faktor religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal. penelitian dilakukan oleh Satrio & Siswantoro (2016) yang meneliti tentang faktor pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas dalam mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat penghasilan melalui OPZ, menemukan bahwa ketiga variable tersebut berpengaruh terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan melalui OPZ. Sedangkan Triyawan & Aisyah (2016) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan regulasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat melalui BAZNAS tetapi produk yang dihasilkan Baznas tidak berpengaruh signifikan. Masih pada tahun yang sama, penelitian oleh Perbawa & Abdullah (2016) mengujikan pengaruh dari persepsi kredibilitas organisasi, religiusitas, dan pendapatan terhadap kesadaran membayar zakat melalui BAZNAS, yang menemukan bahwa semua variable berpengaruh terhadap prilaku kepatuhan membayar zakat, namun faktor pendapatan menjadi yang paling berpengaruh diantara ketiga variable tersebut. Namun demikian, meskipun telah banyak yang mengkaitkan kepercayaan dengan minat bayar zakat, konsep kepercayaan itu sendiri masih dapat dibagi menjadi kepercayaan afektif dan kognitif. Penelitian terdahulu terkait kepercayaan afektif dan kognitif dilakukan oleh Ikhwanda & Hudayati (2018), yang menyimpulkan bahwa kepercayaan afektif dan kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat melalui OPZ.

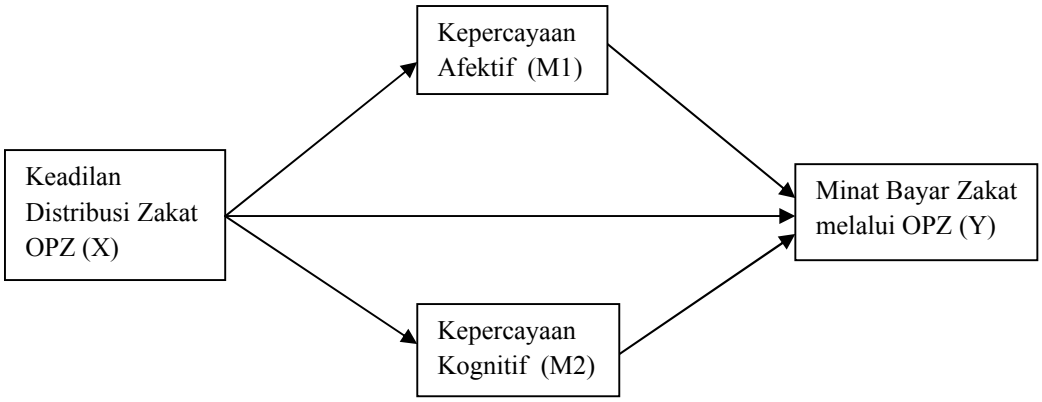
Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_4 : Kepercayaan Afektif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

H_5 : Kepercayaan Kognitif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

3. Pengembangan Model

Berdasarkan pada pengembangan hipothesis pada subbagian sebelumnya, model penelitian dapat ditunjukan pada gambar 1. Model mengajukan bahwa minat bayar zakat melalui OPZ dipengaruhi oleh keadilan distribusi zakat dan kepercayaan afektif kognitif dari *muzakki.* Selain itu, model ini juga memprediksikan bahwa keadilan distribusi zakat dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan afektif dan kognitif *muzakki*. Diprediksikan juga bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen dan variabel pengantara, serta variabel pengantara berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Ini berarti bahwa, semakin adil *'amil* dalam menentukan *mustahiq* dan mendistribusikan zakat yang telah dikumpulkan, akan semakin meningkatkan kepercayaan afektif dan kognitif dari *muzakki*, serta dengan meningkatnya kepercayaan afektif dan kognitif dari *muzakki* akan meningkatkan minat dari *muzakki* untuk menyalurkan zakat melalui OPZ yang dipersepsikan memiliki kredibilitas.



Gambar 1 Model Penelitian

4. Pembahasan

4.1.Keadilan Distribusi

Zainal, Bakar, dan Saad (2016) mengajukan kepuasan distribusi zakat dalam penelitiannya sebagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan *muzakki.* Betapa pentingnya kepercayaan dalam suatu organisasi. Kepuasan dalam distribusi zakat harus dijaga dalam upaya untuk meningkatkan kinerja dari OPZ. Keadilan distribusi zakat menjadi salah satu bahan evaluasi bagi *muzakki* untuk menilai kredibilitas dari suatu organisasi. Penilaian kredibilitas ini menjadi penting, karena akan mempengaruhi tingkat kepatuhan dan kepercayaan dari *muzakki* seperti dalam penelitian Perbawa & Abdullah (2016).

Merujuk pada *theory of planned behavior* oleh Ajzen (1991) yang telah dijelaskan diatas, bahwa *muzakki* sebelum memutuskan untuk menyalurkan zakatnya secara individu atau melalui OPZ akan dipengaruhi oleh tiga faktor yang menunjang niatnya, yakni penilaian diri terhadap sikap yang akan diambilnya, pandangan lingkungan sosial terhadap sikap yang akan diambilnya, serta keyakinan diri terhadap kemampuan untuk melakukan tindakan tersebut. Dalam tahapan proses penilaian diri tersebut, *muzakki* menggali lebih dalam baik dan buruknya terhadap keputusan menyalurkan zakat melalui OPZ, termasuk didalamnya adalah menilai apakah OPZ adalah lembaga yang tepat untuk tempat ia menyalurkan zakatnya.

Ketidakpercayaan terhadap OPZ utamanya dalam hal transparansi dan efisiensi pendistribusian zakat menyebabkan ketidakpatuhan *muzakki* untuk membayarkan zakatnya melalui OPZ (Idris & Ayob, 2002). Konsistensi dari beberapa peneliti sebelumnya yang menemukan bahwa keadilan adalah faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepatuhan dari *muzakki* untuk membayarkan zakatnya melalui OPZ, menjadi latarbelakang yang cukup bagi peneliti untuk mengajukan faktor bahwa keadilan distribusi zakat berpengaruh positif terhadap minat dan kepercayaan dari *muzakki*.

Merujuk pada prinsip pengelolaan zakat yang disusun oleh Beik et al. (2016), keadilan distribusi zakat dalam persepsi *muzakki* diukur dengan indikator :

a. Penerima dan alokasi zakat

   Dilihat dari penetapan *mustahiq* yang tidak melanggar ketentuan syariat islam dan memiliki criteria dalam penetapan *mustahiq* serta *muzakki* mendapatkan informasi tersebut dengan jelas.

b. Area distribusi

   Indikator ini dilihat didasarkan pada perencanaan keuangan dan manajemen untuk mengalokasikan dan distribusi zakat, program distribusi zakat yang sesuai dengan prinsip syariah, serta pendistribusian tersebut didasarkan pada prioritas keadilan dan dekat dengan wilayah zakat *muzakki*.

c. Indikator kinerja

   Dalam indikator kinerja ini, pimpinan dari OPZ hendaknya memiliki aturan untuk mencegah adanya kepentingan pribadi atas pendistribusian zakat.

4.2.Kepercayaan afektif dan kognitif

Dalam konteksi organisasi pengelola zakat, kepercayaan dari *muzakki* didasarkan pada pengetahuan *muzakki* terhadap OPZ dan keilmuan zakatnya, kesimpulan yang dibangun oleh *muzakki* adalah terlahir dari suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Objek yang diamati

disini bisa berupa macam-macam program yang disusun oleh pihak OPZ dalam upaya penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infaq, dan shadaqah. Sementara atribut itu sendiri dapat berupa karakter dari *amil* dalam mengelola dan membangun hubungan dengan para *muzakki*.

Penelitian terdahulu banyak menemukan bahwa kepercayaan menjadi faktor yang mempengaruhi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya melalui OPZ. Misalkan penelitian oleh Saad & Haniffa (2014); Sidiq (2015); Azimah (2016); Yunus (2016); Triyawan & Aisyah (2016); Perbawa & Abdullah (2016); Satrio & Siswantoro (2016); Ikhwanda & Hudayati (2018) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat untuk membayar zakat melalui OPZ.

Minat akan timbul sebagai bentuk adanya rasa perhatian yang lebih terhadap suatu perihal sehingga mempengaruhi diri untuk ingin mencari tahu lebih dalam, mengamati, mempelajarinya, hingga kemudian mungkin akan melakukan suatu bentuk klarifikasi atas rasa minatnya tersebut dengan apa yang telah diamatinya. Berangkat dari rasa minat ini, akan ada suatu usaha yang akan dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkannya, sebagaimana hal ini telah dijelaskan dalam Teori Rasionalisasi Action, bahwa diantara yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau sikap adalah selain rasa kepercayaan yakninya minat untuk melakukan, dan unsur minat ini menjadi faktor yang paling dominan dalam penentuan sikap atau tindakan tersebut dalam teori ini.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini dan jika dihubungkan dengan rasa kepercayaan kepada OPZ, *muzakki* yang telah memiliki minat untuk membayarkan zakat melalui OPZ akan melakukan suatu usaha mempelajari dan mengamati dari sekian banyak OPZ yang bisa menjadi pilihannya untuk tempat mendistribusikan zakatnya, pilihan tersebut bisa saja didasarkan pada kompetensi dari pengalaman OPZ yang ada, atau bahkan cenderung kepada mencari OPZ yang berdomisili pada daerah yang dominan akan banyak *mustahiq* yang membutuhkan untuk disalurkan zakat.

Merujuk pada model pengukuran yang diujikan oleh Ikhwanda & Hudayati (2018), minat diukur dengan indikator:

a. Dorongan dan rasa ingin tahu *muzakki*
b. Adanya motif sosial yang membangkitkan minat untuk membayar zakat melalui OPZ
c. Faktor emosional yang berhubungan dengan emosi sehingga mendorong *muzakki* membayar zakat

Sedangkan kepercayaan afektif dan kognitif diukur dengan indikator:

a. Rasa aman yang dirasakan *muzakki* ketika berinteraksi dengan OPZ
b. Memiliki persepsi yang baik terhadap OPZ
c. Membayar zakat melalui OPZ sebagai tindakan intrinsic
d. *'amil* merupakan professional dan memiliki kompetensi dibidangnya
e. *'amil* yang bekerja di OPZ orang yang bertanggungjawab dan memiliki kepribadian yang baik.

5. Kesimpulan, Implikasi, dan Penelitian Masa Depan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengajukan model penelitian yang mengujikan keadilan distribusi zakat dalam mempengaruhi minat untuk membayar zakat melalui OPZ. Dalam penelitian ini, peneliti mengujikan keterkaitan keadilan distribusi zakat terhadap kepercayaan afektif dan kognitif, serta pengaruh kedua variabel tersebut pada minat *muzakki* membayar zakat melalui OPZ. Review terhadap penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat *muzakki* untuk membayar zakat melalui OPZ. Dalam penelitian ini peneliti memasukan keadilan distribusi zakat sebagai salah satu variabel yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat untuk membayar zakat melalui OPZ. Implikasi secara teoritis bahwa model penelitian yang diajukan menjadi gambaran dan pendukung bagi penelitian selanjutnya dengan isu yang sama. Implikasi secara praktik, model penelitian ini menjadi tambahan informasi bagi para pengelola OPZ terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat *muzakki* untuk membayar melalui OPZ, dengan meningkatkan tingkat keadilan dalam distribusi zakat dalam rangka meningkatkan kepercayaan *muzakki* sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat untuk membayar zakat melalui OPZ pula.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1922/CDH_2120VandenBroucke08

Azimah, N. H. (2016). *Pengaruh Religiusitas, Gaji dan Kepecayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Gresik*.

Beik, I. S., Hanum, H., Muljawan, D., Yumanita, D., Fiona, A., & Nazar, J. K. (2016). *Core Principles for Effective Zakat Supervision*.

Darmadi, H. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran Dalam Dinamik Belajar*

Siswa. Yogyakarta.

Ergeneli, A., Ari, G. S. Ilam, & Metin, S. (2007). Psychological empowerment and its relationship to trust in immediate managers. *Journal of Business Research*, *60*(1), 41–49. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.09.012

Idris, K. M., & Ayob, A. M. (2002). Peranan sikap dalam gelagat kepatuhan pendapatan gaji. *Analisis*, *9*, 171–191.

Ikhwanda, M. F., & Hudayati, A. (2018). Kepercayaan Afektif dan Kognitif dan Minat Bayar Zakat. *Simposium Nasional AKuntansi XXI*, (8), 1–25.

Johnson, D., & Grayson, K. (2005). Cognitive and affective trust in service relationships. *Journal of Business Research*, *58*(4), 500–507. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00140-1

Liliweri, P. D. A. (2011). *KOMUNIKASI : Serba Ada Serba Makna* (Pertama). Jakarta.

Perbawa, A., & Abdullah, H. R. (2016). Determinant Factors of Awareness for Paying Zakat on Baznas, Indonesia. *International Humanistic Management Association Research Paper Series*, 25. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=2799446

Saad, R. A. J., & Haniffa, R. (2014). Determinants of Zakah (Islamic Tax) Compliance Behavior. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *5*(2), 182–193. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216

Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, *1*(4), 308–315.

Sidiq, H. A. (2015a). *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kepercayaan kepada Organisasi Pengelola Zakat terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat*.

Sidiq, H. A. (2015b). *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Organisasi Pengelola Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat :(Studi Kasus Terhadap Muzakki Di Fakultas Agama Islam Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uni*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Triyawan, A., & Aisyah, S. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat di BAZNAS Yogyakarta. *Jurnal Islamic Economics Journal*, *2*(1), 53–69.

Winthrop, D. (1978). Aristotle and Theories of Justice. *The American Political Science Review*, *72*(4), 1201–1216. https://doi.org/10.2307/1954534

Yunus, M. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi Terhadap*

Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe).

Zainal, H., Bakar, A. A., & Saad, R. A. J. (2016). Reputation, Satisfactions of Zakat Distribution, And Service Quality in Developing Stakeholder Trust In Zakat Institutions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, *6*, 524–530. https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.08.74

Zur, A., Leckie, C., & Webster, C. M. (2012). Cognitive and affective trust between Australian exporters and their overseas buyers. *Australasian Marketing Journal*, *20*(1), 73–79. https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.08.001

KUESIONER

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi saya yang berjudul ***"Pengaruh Keadilan Distribusi Zakat terhadap Minat Bayar Zakat melalui OPZ dengan Kepercayaan Afektif dan Kognitif sebagai pengantara"*** yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S2 Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, maka dengan ini saya :

Nama : Arsyad Abror

No. Mahasiswa : 15919001

Jurusan : Magister Akuntansi

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada bapak/ibu bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan penunjuk. Bantuan Bapak/Ibu saya harapkan demi keberhasilan penelitian ini. Jawaban dan identitas Bapak/Ibu akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaannya Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta,.....

Pembimbing Peneliti

Ataina Hudayati, Dra., M.,Si.,Ph.D.,Ak Arsyad Abror

1. **DATA RESPONDEN** :

Nama : .....

Jenis Kelamin : ◯ Perempuan ◯ Laki-Laki

Usia : ..... tahun

*) Boleh diisi atau tidak

2. **PETUNJUK PENGISIAN**

Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban dengan memberi tanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu. Tersedia empat pilihan jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

Kuesioner: Keadilan Distribusi Zakat					
A. Keadilan Distribusi Zakat		**STS**	**TS**	**S**	**SS**
1.	OPZ menetapkan *mustahiq* sesuai syariat islam.	1	2	3	4
2.	OPZ memiliki kriteria untuk menetapkan *mustahiq* yang akan menerima zakat dan *muzakki* mendapat informasi dengan jelas.	1	2	3	4
3.	OPZ memiliki perencanaan keuangan, pencatatan, dan manajemen untuk mengalokasikan dan mendistribusikan zakat.	1	2	3	4
4.	OPZ memiliki program distribusi zakat konsumtif dan produktif.	1	2	3	4
5.	Program distribusi zakat produkti dan konsumtif sesuai dengan prinsip syariah.	1	2	3	4

6.	Distribusi zakat oleh OPZ didasarkan pada prioritas keadilan, dan dekat dengan wilayah zakat *muzakki.*	1	2	3	4
7.	Pimpinan OPZ memiliki aturan untuk mencegah kepentingan pribadi atas pendistribusian zakat	1	2	3	4

Kuesioner: Kepercayaan Dalam Membayar Zakat					
B. AFFECTIVE-BASED TRUST		**STS**	**TS**	**S**	**SS**
8.	Sebagai muzaki, saya mempunyai kebebasan untuk memberikan ide dan pemikiran saya kepada ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT	1	2	3	4
9.	ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat	1	2	3	4
10.	Jika saya menyampaikan masalah atas pembayaran zakat, ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT akan memberikan tanggakan secara baik	1	2	3	4
11.	Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT	1	2	3	4
12.	Antara saya dengan ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT mempunyai kedekatan emosi.	1	2	3	4
D. COGNITIF-BASED TRUST		**STS**	**TS**	**S**	**SS**
13.	Karyawan ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT bekerja secara profesional dan penuh dedikasi	1	2	3	4

14.	Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT dalam menjalankan pekerjaannya	1	2	3	4
15.	Saya bisa mengandalkan ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.	1	2	3	4
16.	Menurut saya, ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang berkepentingan	1	2	3	4
17.	Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT dapat dipercaya	1	2	3	4
18.	Jika orang tahu lebih banyak tentang ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT, mereka akan tertarik untuk bekerja sama dengannya	1	2	3	4

Kuesioner: Minat Dalam Membayar Zakat					
E. Minat		**STS**	**TS**	**S**	**SS**
19.	Saya tertarik membayar zakat melalui ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT	1	2	3	4
20.	Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT	1	2	3	4
21.	Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT adalah pilihan terbaik	1	2	3	4