

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu kewajiban umat islam yang syarat dan ketentuannya telah diatur oleh Allah di dalam Al-Qur'an. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat at-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Khuz min amwālihīm ṣadaqatan tuṭahhiruhum wa tuzakkīhim bihā wa ṣalli 'alaihim, inna ṣalātaka sakanul lahum, wallāhu samī'un 'alīm

Artinya : “Ambilah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu menumbuhkan ketentrangan jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar Maha Mengetahui. “ (tafsirweb.com).

Melalui zakat, Allah ingin mengajarkan kepada manusia bahwa kekayaan tidak boleh beredar hanya di kalangan orang tertentu saja (Sawmar & Muhammad, 2021). Sudah menjadi sebuah kewajiban bagi orang-orang yang dikaruniai harta berlebih oleh Allah untuk mengeluarkan sebagian hartanya sesuai dengan ketentuan al-Qur'an kepada golongan yang berhak menerimanya. Zakat juga memiliki sebuah keunikan khusus dimana dia mampu menjadi bagian penting dari sistem ekonomi islam karena dapat memberikan dampak yang luas berupa terciptanya keharmonisan sosial dan terjaganya standar hidup yang layak bagi komunitas muslim yang membutuhkan (Sawmar & Muhammad, 2021).

Keberhasilan zakat dalam menjadi penyeimbang di dalam ekonomi juga telah tercatat sepanjang awal masa pemerintah islam. Puncak kejayaannya adalah pada masa pemerintah khalifah Umar bin Khattab dimana terjadi surplus dalam zakat sampai tidak ditemukan lagi orang-orang yang bisa diberi zakat. Namun terlepas dari keberhasilan zakat yang luar biasa di masa lalu, hal itu justru berbanding terbalik dengan perkembangan peran lembaga zakat di negara-negara muslim pada saat ini yang dinilai masih rendah (Sawmar & Muhammad, 2021).

Beberapa tantangan yang sedang dihadapi lembaga zakat dijelaskan oleh Sawmar & Muhammad (2021) didalam penelitiannya antara lain yaitu terkait dengan manajemen, kualitas sumber daya manusia, efisiensi penggunaan teknologi, kepercayaan publik, dan lain-lain.

Kepercayaan muzakki merupakan salah satu permasalahan yang dialami oleh lembaga zakat di beberapa negara Muslim, salah satunya yaitu Indonesia (Mustafa dkk, 2013). Dilihat dari besarnya masyarakat Muslim di Indonesia yaitu 86,7% (databoks, 2021) potensi dana zakat Indonesia tentulah besar. Berdasarkan data yang dimuat di Outlook Zakat Indonesia (2022) diketahui bahwa potensi dana zakat pada tahun 2019 dan 2020 berturut-turut sebesar 233.8 Triliun dan 327.6 Triliun. Namun meskipun data potensi dana zakat di Indonesia menunjukkan angka yang besar, pada kenyatannya masih terdapat kesenjangan antara potensi dan realisasi implementasi zakat di Indonesia (Cokrohadisumarto dkk, 2020).

Mengacu pada sumber data yang dimuat di Outlook Zakat Indonesia (2021) terlihat bahwa realisasi pengumpulan dana zakat di Indonesia pada tahun 2019 adalah 10.227 Triliun. Data realisasi pengumpulan dana zakat tersebut apabila dibandingkan dengan potensi zakat pada tahun 2019 yaitu 233.8 Triliun maka akan terlihat bahwa implementasi pengumpulan zakat hanya sekitar 4,37%. Presentase tersebut tentu terlihat kecil jika dibandingkan dengan total potensi zakat yang sangat besar.

Salah satu penyebab tidak tercapainya potensi zakat di Indonesia tak lain adalah karena ketidakpercayaan masyarakat pada lembaga zakat (Anwar dkk, 2019). Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian Owoyemi (2020) yang juga menyampaikan bahwa faktor yang mendasari seorang muzakki dalam memilih menyalurkan zakatnya secara langsung kepada mustahik atau menyalurkannya lewat lembaga zakat adalah karena ada kaitannya dengan masalah kepercayaan terhadap kemampuan lembaga tersebut dalam mengelola dana zakat. Karena pada hakikatnya membangun kepercayaan publik merupakan strategi kelangsungan hidup bagi sebuah lembaga zakat. Sehingga semakin besar rasa kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat, maka semakin besar juga keinginan muzakki

untuk memberi dan bahkan mendorong orang lain untuk menyalurkan zakatnya melalui perantara lembaga zakat (Owoyemi, 2020).

Dalam studi pemasaran relasional, kepercayaan dan komitmen merupakan konstruksi kunci dalam membangun dan memelihara hubungan pertukaran yang berhasil (Brown dkk, 2019). Kepercayaan memiliki potensi untuk mengurangi ketidakpastian terutama bagi organisasi atau perusahaan yang bergerak dibidang layanan atau jasa. Kepercayaan didefinisikan sebagai sebuah keyakinan bahwa penyedia layanan dapat diandalkan dalam menjalankan kewajibannya. Sedangkan komitmen diartikan sebagai upaya maksimal yang dilakukan pelanggan dalam rangka mempertahankan hubungannya dengan penyedia layanan (Brown dkk, 2019).

Seperti salah satu contoh lembaga zakat yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Kabupaten Tuban yang dalam pengumpulan dana zakatnya mengalami peningkatan secara berturut-turut dalam kurun waktu empat tahun. Berdasarkan data yang dimuat di Outlook Zakat BAZNAS Tuban (2020) diketahui bahwa potensi dana zakat di Tuban dinilai cukup tinggi. Dikatakan bahwa potensi zakat fitrah di Tuban mencapai 30 Miliar dengan asumsi jika seluruh masyarakat Muslim di Tuban sebesar 1 juta jiwa masing-masing mengeluarkan 3 kg beras dengan perkiraan harga beras per kilo nya Rp10.000.

Sedangkan untuk potensi zakat profesi khususnya di lingkungan ASN di Tuban yaitu sebesar 10.47 Miliar per tahun dengan asumsi jumlah ASN di Kabupaten Tuban adalah 8.566 jiwa dengan gaji bersih per bulan sebesar 4 juta. Sehingga apabila dihitung secara keseluruhan, total potensi dana zakat di Kabupaten Tuban mencapai 40 Miliar. Berikut juga ditampilkan tabel 1.1 dan 1.2 yang berisi data terkait realisasi pengumpulan dan pendistribusian dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tuban selama 4 tahun mulai dari tahun 2017-2020.

Tabel 1.1 Pengumpulan Dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Tuban

No.	Tahun	Total Pengumpulan ZIS	Pertumbuhan (%)
1.	2017	5.348.970.781	0.00%
2.	2018	7.628.618.408	42.6%
3.	2019	10.117.355.542	34.3%
4.	2020	15.238.127.708	50.6%

Sumber: Outlook Zakat BAZNAS Kabupaten Tuban (2020)

Berdasarkan data tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengumpulan dana ZIS di BAZNAS Tuban mengalami peningkatan selama 4 tahun berturut-turut dengan rata-rata presentase pengumpulan sekitar 23.96% dari total keseluruhan potensi zakat di Tuban. Meningkatnya pengumpulan dana ZIS di BAZNAS Tuban dipengaruhi oleh adanya Intruksi Bupati Tuban Nomor 2 Tahun 2017 tentang optimalisasi pengumpulan dana zakat, infaq, shodaqoh (Pratama & Purba, 2021).

Berdasarkan intruksi tersebut, optimalisasi pengumpulan dana zakat dilakukan dengan cara penguatan arus informasi dan sosialisasi kepada masyarakat Tuban terkait pengetahuan tentang zakat, peran lembaga zakat, serta cara penyaluran dana zakat di BAZNAS Tuban. Hal tersebut selaras dengan penelitian Cokrohadisumarto dkk., (2020) yang menyampaikan bahwa memperkuat arus informasi tentang lembaga zakat dapat mendorong masyarakat untuk menyalurkan zakatnya kepada lembaga tersebut.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi total pengumpulan dana zakat di BAZNAS Tuban yaitu karena adanya pemimpin dan anggota BAZNAS Tuban yang amanah dan profesional dalam menghimpun dan mengelola dana zakat masyarakat (radarbojonegoro.com). Penjelasan tersebut selaras dengan penelitian Machuca dkk., (2001) yang menyampaikan bahwa kompetensi atau keahlian yang dimiliki oleh sebuah organisasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada kepercayaan. Sehingga dalam konteks ini, adanya pemimpin dan anggota BAZNAS Tuban yang berkompeten dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai pengelola zakat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh pada peningkatan total pengumpulan dana zakat di BAZNAS Tuban.

Data tentang kenaikan pengumpulan ZIS di BAZNAS Tuban, juga dapat menggambarkan eksistensi kepercayaan muzakki di lembaga itu sendiri. Seperti yang telah disebutkan diawal bahwa rata-rata presentase pengumpulan ZIS di BAZNAS sebesar 23,96% dari total keseluruhan potensi zakat Tuban. Ini merupakan angka yang cukup besar apabila dibandingkan dengan implementasi zakat nasional yang hanya sebesar 4,37% dari total potensi zakat di Indonesia. Data tersebut cukup memperlihatkan bahwa kepercayaan muzakki di BAZNAS Tuban baik.

Namun, apabila dilihat lebih jauh sebagian besar muzakki BAZNAS Tuban merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN) yang berada di lingkungan Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Tuban dan juga Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Tuban (Pratama & Purba, 2021). Dan salah satu faktor utama yang mendorong mereka bersedia untuk menyalurkan zakat di BAZNAS Tuban adalah karena adanya regulasi yaitu Instruksi Bupati Tuban Nomor 2 Tahun 2017 yang mendorong mereka untuk membayar zakat melalui BAZNAS Tuban apabila pendapatnya telah memenuhi nisab zakat (Pratama & Purba, 2021).

Selain itu, berdasarkan data yang dimuat di Outlook Zakat BAZNAS Tuban (2020) juga terlihat bahwa sebagian besar dana ZIS BAZNAS Tuban didominasi oleh dana zakat. Seperti data pada tahun 2017 yaitu dari total dana ZIS yang terkumpul sebesar 5.348 Miliar, sebesar 61% merupakan dana zakat. Begitupun pada tahun 2018, dari total dana ZIS yang terkumpul sebesar 7.528 Miliar, sebesar 72% adalah dana zakat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa sebagian besar muzakki yang terdiri dari ASN dan BUMD menyalurkan zakat pada BAZNAS Tuban karena terikat dengan regulasi yang diberlakukan di Tuban. Selain itu, sebagian besar dana yang disalurkan adalah zakat, yang mana mengeluarkan zakat memang suatu kewajiban bagi mereka yang kekayaannya telah memenuhi syarat zakat. Sehingga dalam hal ini, walaupun kepercayaan muzakki di BAZNAS Tuban sudah terlihat baik namun, meningkatkan kepercayaan muzakki di level yang lebih tinggi lagi masih sangat diperlukan. Hal ini ditujukan agar muzakki tidak hanya menyalurkan dana zakat yang memang bersifat wajib, namun juga bersedia menyalurkan dana sosial keagamaan lain seperti infaq dan shodaqah yang bersifat sukarela.

Oleh sebab itu, penggunaan *commitment trust-theory* sangat tepat untuk menciptakan kepercayaan muzakki di BAZNAS Tuban agar muzakki tidak hanya sekedar percaya tapi juga tumbuh keterikatan emosional sehingga mereka bersedia untuk berkomitmen dan menjalin hubungan jangka panjang dengan BAZNAS Tuban. Berikut juga ditampilkan data pendistribusian ZIS pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Pendistribusian Dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Tuban

No.	Tahun	Total Pendistribusian ZIS	Persentase Pendistribusian
1.	2017	4.251.925.715	84.5%
2.	2018	7.620.524.643	99.8%
3.	2019	9.202.481.487	90.9%
4.	2020	13.938.674.500	91.4%
Rata-rata			91.6%

Sumber: Outlook Zakat BAZNAS Kabupaten Tuban (2020)

Selanjutnya pada tabel 1.2 juga terlihat bahwa pengumpulan ZIS di BAZNAS Tuban selaras dengan pendistribusian dananya yang dibuktikan dengan perolehan rata-rata presentase pendistribusian dana sebesar 91.6%. Berdasarkan data yang dimuat di Outlook Zakat BAZNAS Tuban (2020) pendistribusian dana ZIS BAZNAS Tuban dialokasikan kedalam 7 program yaitu SAMIKTU (Santunan Fakir Miskin dan Yatim-Piatu), BUWAH (BAZNAS Mengurus Dakwah), BE-SPELIAL (Beasiswa Bagi Siswa/Siswi Miskin Potensial), BANCAP (Bantuan Cepat Tanggap), BERTUWAH (Bantuan Rehabilitasi Rumah Warga Miskin), BANMASPRO (Bantuan Masyarakat Miskin Produktif), dan SAHABAT (Sehat Bersama Kerabat).

Sehingga, berdasarkan data-data diatas peneliti tertarik untuk menjadikan BAZNAS Tuban sebagai objek penelitiannya dengan berdasarkan pada beberapa pertimbangan berikut. Pertama, BAZNAS Tuban selalu mengalami peningkatan dalam pengumpulan dana ZIS (zakat, infaq, shodaqah) dan DSKL (dana sosial keagamaan lainnya) selama 4 tahun berturut-turut. Kedua, di tahun awal berdirinya BAZNAS Tuban tepatnya pada tahun 2017 BAZNAS Tuban pernah mendapat peringkat terendah di provinsi Jawa Timur. Namun dengan semangat dan komitmen yang tinggi, pada tahun 2020 BAZNAS Tuban berhasil menduduki peringkat atas sebagai pengumpul dana ZIS tertinggi di provinsi Jawa Timur. Ketiga, total pengumpulan dana zakat di BAZNAS Tuban selalu selaras dengan total pendistribusian dan pendayagunaannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi kepercayaan dan komitmen muzakki di BAZNAS Tuban dan membuat penelitian dengan judul **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN**

KOMITMEN MUZAKKI PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) TUBAN”

1.2 Kesenjangan Penelitian

Beberapa penelitian yang menggunakan *commitment trust-theory* adalah Gansser dkk., (2021), Ying-Wu dkk., (2012), Chen dkk., (2022), Mukherjee & Nath (2007). Gansser dkk., (2021) meneliti faktor-faktor pendorong kepercayaan pada 4 perusahaan jasa konsultan yang berada di Jerman. Ying-Wu dkk., (2012) fokus mengeksplorasi kepercayaan pada perusahaan teknologi tinggi di Taiwan.

Sedangkan Chen dkk., (2022) dan Mukherjee & Nath (2007) sama-sama menyelidiki kepercayaan dalam lingkup media elektronik. Penelitian Chen dkk., (2022) menyelidiki niat beli *viewers* vlogger Cina di sosial media, sedangkan Mukherjee & Nath (2007) menyelidiki kepercayaan masyarakat pada media elektronik ritel online di Inggris.

Selanjutnya, beberapa penelitian yang fokus meneliti kepercayaan muzakki pada lembaga zakat yaitu Mustafa dkk., (2013), Cokrohadisumarto dkk., (2020), Nashwan dkk., (2021) dan Sawmar & Muhammad (2021). Penelitian Mustafa dkk., (2013) fokus menyelidiki faktor-faktor yang mendasari kecenderungan pembayar zakat dalam mempercayai lembaga zakat tertentu dengan menggunakan *Dependence* dan *Legitimacy Theory*. Penggunaan kedua teori tersebut hanya terbatas pada cara lembaga zakat dalam menciptakan persepsi positif masyarakat melalui pengungkapan informasi dan peran dewan direksi untuk membangun kepercayaan pada lembaganya.

Cokrohadisumarto dkk., (2020) menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengembangan model perilaku masyarakat muslim dalam membayar zakat dengan menggunakan beberapa variabel yaitu pemahaman masyarakat tentang zakat, kredibilitas lembaga zakat, peran informasi serta peran pemuka agama.

Sedangkan penelitian Sawmar & Muhammad (2021) dan Nashwan dkk., (2021) sama-sama meneliti kepercayaan dan menggunakan variabel tersebut sebagai variabel moderator dalam mendorong kepatuhan zakat. Bedanya, dalam penelitian Sawmar & Muhammad (2021) kepatuhan zakat dipengaruhi oleh peran

mekanisme tata kelola lembaga zakat, sedangkan penelitian Nashwan dkk., (2021) kepatuhan zakat didorong oleh aspek ekonomi dan sosio-psikologis.

Berdasarkan beberapa studi terdahulu diatas, sebagian besar penelitian tentang kepercayaan muzakki hanya terbatas pada pembangunan kepercayaan dengan menggunakan *legitimacy theory*, *dependence theory*, maupun *theory planned behaviour*. Penggunaan *commitment trust-theory* lebih banyak digunakan dalam konteks perusahaan *profit* seperti perusahaan layanan jasa dan industri teknologi, sangat jarang teori tersebut digunakan dalam lingkup lembaga *non profit* khususnya pada lembaga zakat.

Oleh sebab itu, penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan tersebut dengan tidak hanya meneliti kepercayaan tetapi juga mengeksplorasi sampai pada tahap pembangunan komitmen muzakki yang didasarkan pada *commitment trust-theory*. Tujuan penggunaan teori tersebut adalah agar lembaga zakat tidak hanya sekedar mampu menciptakan kepercayaan tetapi juga mampu mendorong muzakki untuk bersedia menjalin komitmen dalam mempertahankan hubungan jangka panjangnya dengan lembaga zakat.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh hubungan langsung dari reputasi, kualitas layanan, kalitas komunikasi dan nilai bersama terhadap kepercayaan muzakki. Serta mengetahui penaruh kepercayaan muzakki terhadap komitmen.
2. Mengetahui pengaruh tidak langsung dari kepercayaan muzakki sebagai variabel intervening dalam memediasi hubungan antara reputasi, kualitas layanan, kualitas komunikasi dan nilai bersama terhadap komitmen muzakki.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel independen, dependen dan variabel intervening. Variabel independen yang digunakan adalah reputasi, kualitas layanan, kualitas komunikasi dan nilai bersama. Variabel dependen yang dipakai yaitu komitmen muzakki sedangkan variabel interveningnya adalah kepercayaan

muzakki. Populasi penelitian ini adalah seluruh muzakki yang terdaftar dalam Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tuban dengan jumlah sampel yang diambil yaitu sebesar 158 orang muzakki. Data penelitian diambil melalui penyebaran kuesioner secara online.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis SEM-PLS dan *software* smart-PLS 3.0. Penggunaan SEM-PLS selaras dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk memprediksi sebuah model berdasarkan teori (Musyaffi dkk, 2021). Model yang dikembangkan bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, baik hubungan antara variabel dengan indikator maupun hubungan antar konstruk. Pengujian dalam SEM-PLS terdiri dari pengujian model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima. Pengaruh hubungan langsung antara variabel reputasi, kualitas layanan, kualitas komunikasi dan nilai bersama terhadap kepercayaan muzakki menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Dan untuk pengaruh tidak langsung dari variabel kepercayaan dalam memediasi hubungan antara reputasi, kualitas layanan, kualitas komunikasi dan nilai bersama terhadap komitmen muzakki juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

1.6 Kontribusi Riset

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi baru pada pihak-pihak berikut ini:

1. Bagi lembaga zakat (khususnya BAZNAS kabupaten Tuban) yaitu membantu dalam meningkatkan kepercayaan dan mendorong muzakki untuk bersedia berkomitmen dengan BAZNAS Tuban dalam jangka panjang. Mendorong terciptanya sebuah lembaga zakat yang kredibel, memiliki layanan yang berkualitas, transparan, dan mampu bekerja sesuai hukum baik hukum islam maupun hukum nasional. Membantu BAZNAS Tuban dalam mendapatkan rekomendasi cara-cara yang efektif dalam mengumpulkan dan mendistribusikan dana zakatnya.

2. Bagi masyarakat yaitu ketika lembaga zakat semakin kredibel, memiliki pelayanan yang baik dan aktif melakukan penguatan arus informasi kepada masyarakat, maka dapat memperkecil adanya keraguan pada masyarakat, meningkatkan kepercayaan masyarakat pada lembaga zakat, dan memperbesar peluang atau kesediaan mereka untuk bersedia menjalin komitmen jangka panjang dengan lembaga zakat.
3. Bagi ilmu pengetahuan yaitu memperkaya literatur terkait penggunaan *commitment-trust theory* yang fokus dalam meneliti kepercayaan dan komitmen muzakki pada lembaga zakat (BAZNAS Tuban) sebagai lembaga *non profit* yang bergerak dibidang layanan dan jasa.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang, kesenjangan penelitian, tujuan, ringkasan metode, ringkasan hasil serta manfaat penelitian untuk berbagai pihak yang terkait. Di dalam bab ini juga berisi sistematika penulisan yang berguna untuk pembaca dalam membaca dan memahami isi penelitian.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi teori-teori yang relevan yang dijadikan sebagai bahan acuan oleh penulis dalam mempermudah menyusun penelitiannya. Bagian ini juga akan menjelaskan definisi dari masing-masing variabel, hubungan antar variabel, ringkasan literatur terdahulu yang dijadikan rujukan oleh peneliti, serta kerangka model yang dikembangkan peneliti.

BAB 3 Metode Penelitian

Bagian ini akan berisi pendekatan penelitian dan teknis analisis data, serta interpretasi yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

BAB 4 Pembahasan

Pada bagian ini akan berisi hasil yang diperoleh oleh peneliti setelah melakukan pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih.

BAB 5 Kesimpulan

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, menjelaskan saran untuk berbagai pihak terkait dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.