**Faktor-faktor yang Memengaruhi Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh Melalui Lembaga Amil Zakat**

**The Determinants of Motivation to Pay Zakat, Infaq And Shodaqoh (ZIS) trough ZIS Institution**

Ahmad Ajib Ridlwan

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Raditya Sukmana

Department of Syariah Economics, Faculty of Economics, Airlangga University, Surabaya, Indonesia

**Abstract**

**Purpose-** The purpose of this study is to explore into the factors that influence motivation to pay ZIS trough ZIS Institution in Indonesia.

**Design/methodology/approach –** Sampling was done by using purposive criteria are already working and have reached nishab to pay zakat tithes good, the mall, and the profession as well as people who have excess wealth that allows it to pay infaq and shodaqoh. The number of samples is equal to 272. Analysis of the data in this study using multiple linear regression.

**Findings –** The analysis showed that the factor of religiosity, psychological, social, regulatory and government agencies attribute zakat positive and significant impact on the motivation of the community in paying Zakat, Infaq and Shodaqoh on zakat institution. Partially religiosity factors, psychological, and attributes zakat institutions affect the motivation of people to pay Zakat, Infaq and Shodaqoh on zakat institutions while Meanwhile, government regulation and social factors had no influence.

**Research limitation/implications –** In the study does not distinguish between the motivation to pay zakat and motivation pay infaq, shodaqoh so it is possible for for the next study to examine further by distinguishing between the motivation to pay zakat and motivation pay infaq, shodaqoh for comparison purposes and can be used as a mapping of potential fund raising charity, infaq and shodaqoh.

**Practical implications –** These factors can be used as a claim in order to increase the collection of ZIS in Surabaya. That did Relegiusitas Education Improvement Society, Increasing Knowledge and Understanding Society, Increasing Role of Stakeholders, Improved Quality Management Institute of Zakat, and Using Socio-cultural approach.

**Originality/value** – This research will be able to improve revenue realization ZIS in Indonesia

**Keywods** : *Motivation , ZIS, ZIS Institution*

**Paper Type** – Reseach Paper

**Latar belakang**

Penelitian ini mengaji faktor-faktor yang memengaruhi motivasi membayar ZIS melalui lembaga Zakat. Penelitian ini menarik dan *urgent* karena Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya muslim, tingkat kemiskinan tinggi, dan realisasi penerimaan ZIS masih rendah. Dalam perpektif Islam, kemiskinan merupakan *sunnatullah* (Multifiah, 2011). Pengentasan kemiskinan memerlukan suatu upaya pemberdayaan yang bersifat *bottom-up* dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat melalui budaya tolong-menolong (Munir, 2005). Islam mengajarkan umat manusia untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan dan taqwa dalam berbagai lini kehidupan, termasuk masalah sosial ekonomi. Pertolongan tersebut dilakukan melalui Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) yang memiliki nilai ibadah dan pembangunan kesejahteraan ekonomi umat. Mengingat ZIS sangat potensial sebagai instrumen untuk mengatasi kemiskinan, ZIS harus mendapat perhatian khusus serta harus dikelola dengan baik dan benar dalam rangka pemberdayaan fakir-miskin menuju kemandirian serta tercapainya masyarakat madani yang adil dan makmur. Sehingga urusan ZIS sebaiknya tidak ditangani sendiri oleh muzakki melainkan diserahkan kepada lembaga yang secara sah ditunjuk oleh lembaga zakat.

 Berdasarkan data Forum Organisasi Zakat saat ini terdapat 1 Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), 33 Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) tingkat provinsi, 429 BAZ tingkat kota /kabupaten, dan 4771 tingkat kecamatan serta 18 Lembaga Amil Zakat (LAZ) tingkat nasional dan 52 LAZ tingkat provinsi, kabupaten/kota (FOZ, 2009). Namun banyaknya lembaga zakat tidak berbanding lurus dengan realisasi penerimaan ZIS. Hasil survey Public Interest Reseach and Advocacy Center menyatakan bahwa potensi ZIS dan realisasi masih jauh dari harapan. Besarnya potensi tiap tahun sebesar Rp. 20 triliun namun realisasinya baru sekitar Rp. 1,2 triliun atau sebesar 6 % (PIRAC, 2009)

Rendahnya realisasi penerimaan ZIS disebabkan karena kepatuhan, kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam membayar ZIS melalui lembaga zakat masih rendah (Ahmad & Hairunnizam Wahid, 2005), (Nasution, 2009). Motivasi individu untuk membayarkan ZIS lembaga amil zakat LAZ dipengaruhi oleh tingkat religiusitas (Fatah, 2008). Berbeda dengan Fattah, hasil penelitian (Farida, 2008) menyatakan bahwa indeks religiustis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah zakat yang dibayarkan oleh muzakki. Perbedaan hasil riset tersebut perlu adanya kajian lebih lanjut apakah faktor religiusitas berpengaruh atau tidak terhadap motivasi membayar ZIS

Selain religiusitas motivasi seseorang untuk melakukan tindakan disebabkan adanya faktor psikologis dan faktor sosial. Faktor psikologis yang dimaksud adalah persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Sedangkan faktor sosial adalah keluarga, komunitas, dan afiliasi kelembagaan/organisasi (Kotler & Amstrong, 1997). Faktor psikologis yang terdiri dari persepsi, pengetahuan, sikap, dan kepribadian berpengaruh terhadap prefensi karyawan muslim dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat (Fatah, 2008). Faktor-faktor yang memengaruhi motivasi membayar zakat adalah faktor-faktor demografi, sosial, agama, ekonomi, dan infrastruktur yang tersedia (Nur Barizah & Hafiz Majdi, 2010).

Beberapa hasil penelitian tersebut sangat jelas bahwa faktor psikologis yang terdiri dari persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap serta faktor sosial yang terdiri dari keluarga, komunitas, dan afiliasi kelembagaan/organisasi dapat memengaruhi motivasi dalam membayar ZIS pada lembaga zakat. Selain faktor diatas regulasi pemerintah diduga memengaruhi motivasi dalam membayar ZIS pada lembaga zakat. Hasil penelitian Hamidiyah (2008) menyatakan bahwa regulasi pemerintah berpengaruh terhadap pengumpulan pada lembaga zakat. Atribut lembaga zakat juga berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga amil zakat. Transformasi pengelolaan ZIS dari manajemen tradisional menuju profesional harus ditopang dengan prinsip-prinsip manajemen modern dan good governance seperti membudayakan asas transparansi, akuntabilitas dan professional dari Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (LAZIS) yang ada di samping kejujuran, komitmen dan konsistensi dari para amilin dan pihak-pihak yang berwenang.

Berdasarkan hasil uraian-uraian sebagaimana yang dipaparkan tersebut di atas, maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

* + 1. Apakah faktor religiusitas, psikologis, sosial, regulasi pemerintah dan atribut lembaga zakat berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar zakat, infaq dan shodaqoh pada lembaga amil zakat
		2. Faktor Religiusitas berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga amil zakat.
		3. Faktor Psikologis berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga amil zakat.
		4. Faktor Sosisial berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga amil zakat.
		5. Regulasi pemerintah berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga amil zakat.
		6. Atributlembagaamil zakat berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga zakat.

**Metode**

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive dengan kriteria sudah bekerja dan sudah mencapai nishab untuk membayar zakat baik zakat fitrah, mal, dan profesi serta masyarakat yang mempunyai kelebihan harta yang memungkinkan untuk membayar infaq dan shodaqoh. Jumlah sampel adalah sebesar 272. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

**Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil uji nilai F hitung sebesar 102.656. Sedangkan nilai f tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df ∞ adalah sebesar 2.21. Hal ini berarti F hitung > F tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya faktor relegiusitas, psikologis, sosial, regulasi dan atribut lembaga zakat secara simultan mempengaruhi motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R square) sebesar 0, 950. artinya 95 % motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ dipengaruhi oleh relegiusitas, psikologis, sosial, regulasi dan atribut lembaga zakat.

Berdasarkan hasil uji t, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel Religiusitas (X1) adalah sebesar 64.226 sedangkan nilai t tabel = 1,96. Psikologis (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar 2.444 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Sosial (X3) mempunyai nilai t hitung sebesar -4.127dan nilai t tabel sebesar 1,96. Regulasi (X4) mempunyai nilai t hitung sebesar -2.460 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Atribut LAZ (X5) mempunyai nilai t hitung sebesar 3.268 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu religiuitas, psikologis, dan atribut lembaga zakat. Sedangkan regulasi pemerintah dan faktor sosial tidak memiliki pengaruh.

Diantara ketiga variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yaitu religiuitas, psikologis, dan atribut, ternyata religiuitas (X1) mempunyai pengaruh yang paling dominan diikuti oleh psikologis (X2) kemudian atribut (X5). Kemampunan masing masing variabel dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 98%.; 38%; dan 21%.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa secara simultan kelima variabel bebas yaitu religiuitas (X1), psikologis (X2), sosial (X3), regulasi pemerintah (X4) dan atribut lembaga zakat (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis bahwa nilai F hitung sebesar 102.656. Sedangkan nilai f tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df ∞ adalah sebesar 2.21. Hal ini berarti F hitung > F tabel, sedangkan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Apabila dilihat secara parsial hanya tiga variabel yang mempengaruhi pengaruh secara signifikan yaitu religiuitas, psikologis, dan atribut lembaga zakat. Penjelasan selengkapnya sebagai berikut:

***Faktor Religiusitas***

Hasil analisis regresi sebagaimana dijelaskan diatas menunjukkan bahwa untuk variabel religiusitas memiliki nilai thitung sebesar 64.226 sedangkan nilai t tabel ( = 0,05 ) = 1,96. Maka diperoleh thitung > t tabel. Kriteria tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ.

Hipotesis tersebut dapat dibuktikan. Artinya tingkat religiusitas responden tidak hanya pada sebatas pengetahuan saja namun sudah pada taraf pemahaman dan pengamalan ajaran agama. Motivasi membayar ZIS pada lembaga zakat mencerminkan tingkat religiuits yang tinggi pula. Religiusitas merupakan keadaan yang diakibatkan oleh perilaku seseorang yang dilator belakangi oleh sikap yang merespon terhadap keyakinan pada perintah-perintah Tuhan dalam rangka untuk memperoleh kebaikan hidup di dunia dan akhirat. Responden mengetahui, memahami mengenai kewajiban zakat serta anjuran infaq dan shodaqoh hendaknya dibayarkan pada lembaga zakat.

Mengacu pada pendapat Glok dan Stark dalam Djamaludin (2001) berarti pemahaman religiusitas responden penelitian ini secara utuh (kaffah) artinya selain dia memahami bahwa ZIS merupakan ibadah ritual dan dogma agama, mereka juga sudah mencapai pada taraf dimensi religious effect dimana seluruh perilaku dalam segla aspek kehidupan dimotivasi oleh ajaran agama.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanuri (2010:59) yang menjelaskan bahwa motivasi seseorang dalam mengeluarkan zakat disebabkan oleh keimanan dan ketaqwaan seseorang serta simbol kebersihan dan kesucian jiwa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatah (2008) yang menemukan relegiusitas berpengaruh terhadap prefensi karyawan muslim Pertamina dalam membayar zakat profesi melalui Baituzzakah Pertamina.

***Faktor******Psikologis***

Hasil Analisis untuk variabel bebas X2 (Psikologis) mempunyai nilai t hitung sebesar 2.444 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Karena t hitung > t tabel, maka Psikologis (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat motivasi membayar ZIS pada LAZ (Y). menurut kotler Salah satu di antara faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen menurut Kotler & Amstrong (1997) adalah faktor psikologis.

Hipotesis dalam penelitian ini terbukti bahwa motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ lebih cenderung dipengaruhi oleh faktor psikologis atau faktor intenal yang merupakan dorongan diri sendiri tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Bila persepsi, pegetahuan, keyakinan dan sikap seseorang cenderung positif maka tindakan yang dilakukan lebih mengarah kepada hal positif pula dalam hal ini adalah perilaku membayar ZIS pada LAZ.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Fatah (2008) yang menjelaskan bahwa persepsi, pengetahuan, sikap dan kepribadian mempengaruhi prefensi karyawan muslim pertamina dalam membayar zakat profesi pada lembaga zakat pertamina. Sejalan dengan hal tersebut, Mohd Ali Mohd Nor & Nor, (2014) dalam risetnya menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. Semakin tinggi pengetahuan seseorang maka semakin tinggi pula kesadaran akan pentingnya dan manfaat membayar ZIS pada LAZ.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengelola LAZ disurabaya menjelaskan bahwa informasi mengenai lembaga zakat akan semakin mempengaruhi kesadaran masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ. Semakin banyak informasi yang ia terima maka akan semakin tinggi tingkat kesadaran mereka. Bermula dari pengetahuan akan membentuk sikap dan perilaku.

***Faktor Sosial***

Hipotesis Untuk variabel bebas X3 (Sosial) tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai nilai t hitung sebesar -4.127dan nilai t tabel sebesar 1,96. Faktor sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keluarga dan kelompok referensi. Ibadah Zakat Infaq dan Shodaqoh merupakan anjuran agama bukan semata-mata karena dorongan keluarga dan dorongan kelompok referensi. Jika pemahaman, keyakinan dan pengamalan nilai-nilai tentang agama seseorang kuat maka dengan sendirinya ia akan terdorong untuk mengamalkan ajaran tersebut.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religi dan faktor psikologi sangat tinggi. Oleh karenanya ajakan dan dorongan keluarga serta kelompok sosial masyarakat tidak signifikan mempengaruhi motivasi masyarakat melainkan mereka sudah tergerak atas kesadaran diri sendiri semata-mata karena ZIS merupakan amalan yang dianjurkan agama bukan karena seseorang.

***Regulasi Pemerintah***

Sama halnya dengan faktor sosial, faktor regulasi pemerintah juga mempunyai nilai t hitung lebih rendah dibanding t tabel (t hitung sebesar -2.460 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Sehingga Regulasi dalam penelitian ini tidak dapat dibuktikan. Artinya masyarakat cenderung membayar ZIS atas kesadaran diri. Hal ini kemungkinan karena regulasi mengenai pengelolaan ZIS belum disosialisasikan dengan baik atau kemungkinan pemerintah daerah setempat belum begitu serius menangani zakat padahal apabila ditangani dengan baik maka potensi zakat dalam mengatasi kemiskinan di Surabaya akan meningkat melalui pemberdayaan dan pendayagunaan dana ZIS.

Masyarakat juga masih banyak yang beranggapan bahwa Zakat, Infaq dan shodaqoh merupakan ruang privat antara manusia dengan Tuhannya dan mekanisme sudah diatur tersendiri. Selain itu masyarakat cenderung membayar ZIS pada LAZ atas kesadaran sendiri sehingga mereka tidak mau membayar jika tidak atas kesadaran sendiri. Masyarakat dalam membayar ZIS lebih menonjolkan tradisi dan kebiasaan mereka dari pada tradisi formal dan rasional mereka.

Sebagaimana disampaikan oleh Indonesian Zakat and Development Report 2009 bahwa banyak daerah yang lebih mengutamakan pendekatan kultur emosional dibanding legal formal dalam upaya pengumpulan dana ZIS. Sebagai konsekuensinya bila masyarakat percaya maka motivasi untuk membayar ZIS pada LAZ akan meningkat. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa peran pemerintah saja tidak berpengaruh pada motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada lembaga zakat, perlu ditunjang dengan religiusitas, psikologis dan kredibilitas lembaga zakat.

***Atribut Lembaga Zakat***

Selain beberapa faktor sebagaimana disebutkan sebelumnya, terdapat faktor yang tidak kalah pentingnya yaitu mengenai atribut lembaga zakat. Hasil hipotesis membuktikan bahwa atribut lembaga zakat mampu meningkatkan motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bebas X5 (Atribut LAZ) mempunyai nilai t hitung sebesar 3.268 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Karena t hitung > ttabel, maka faktor Atribut LAZ (X5) berpengaruh terhadap variabel terikat motivasi membayar ZIS pada LAZ (Y).

Dalam teori pemasaran atribut produk adalah unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2002). Dalam penelitian ini keputusan yang dimaksud adalah motivasi dalam membayar ZIS pada LAZ. Sedangkan untuk atribut yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengenai pengelolaan lembaga zakat yang mencakup taransparan, akuntabel dan profesionalisme banyak riset yang menunjukkan bahwa pengelolaan lembaga zakat yang baik akan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ tesebut selanjutnya akan meningkatkan motivasi mereka.

Zulkefly Abdul Karim & Wahid, (2002) menjelaskan bahwa peran institusi zakat sangat penting dalam penghimpunan dan pengelolaan zakat. Transparan dan akuntabilitas dapat menghindari kesan negatif dalam penggunaan dana ZIS yang dihimpun oleh LAZ. Jika pengelolaan dana ZIS secara transparan dan akuntabel maka akan menimbulkan kepuasan hati masyarakat yang menyalurkan dana ZIS pada lembaga zakat tersebut. Sebaliknya bila tidak transparan dan akuntabel maka akan menimbulkan kesan negatif dan menurunkan tingkat kepercayaan pada lembaga tersebut.

Selain transparan dan akuntabel, profesionalisme juga sangat diperlukan dalam pengelolaan lembaga zakat.. Pengelolaan lembaga zakat yang profesional dapat meningkatkan motivasi masyarakat dalam membayar ZIS. Jika syarat tersebut terpenuhi maka dana yang terhimpun akan dikelola secara efisien dan dapat digunakan untuk pemberdayaan masyarakat melalui program-program pemberdayaan yang sekiranya mampu mengentaskan kemiskinan.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa secara simultan kelima variabel bebas yaitu religiuitas (X1), psikologis (X2), sosial (X3), regulasi pemerintah (X4) dan atribut lembaga zakat (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis bahwa nilai F hitung sebesar 102.656. Sedangkan nilai f tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df ∞ adalah sebesar 2.21. Hal ini berarti F hitung > F tabel, sedangkan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Apabila dilihat secara parsial hanya tiga variabel yang mempengaruhi pengaruh secara signifikan yaitu religiuitas, psikologis, dan atribut lembaga zakat. Penjelasan selengkapnya sebagai berikut:
3. Hasil analisis regresi sebagaimana dijelaskan diatas menunjukkan bahwa untuk variabel religiusitas memiliki nilai thitung sebesar 64.226 sedangkan nilai t tabel = 1,96. Maka diperoleh thitung > t tabel. Hasil Analisis untuk variabel bebas X2 (Psikologis) mempunyai nilai t hitung sebesar 2.444 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Karena t hitung > ttabel, Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bebas X5 (Atribut LAZ) mempunyai nilai t hitung sebesar 3.268 dan nilai t tabel sebesar 1,96. Karena t hitung > ttabel . Kriteria tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi masyarakat dalam membayar ZIS pada LAZ
4. Sedangkan untuk X3 mempunyai nilai t hitung sebesar -4.127dan nilai t tabel sebesar 1,96 dan variabel faktor regulasi pemerintah juga mempunyai nilai t hitung lebih rendah dibanding t tabel (t hitung sebesar -2.460 dan nilai t tabel sebesar 1,96). Karena t hitung < ttabel kedua faktor tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.

***Implikasi praktis***

1. Faktor-faktor diatas dapat dijadikan sebagai tuntutan dalam upaya peningkatan penghimpunan ZIS di Surabaya. Yaitu melakukan Peningkatan Edukasi Relegiusitas Masyarakat, Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman Masyarakat, Peningkatan Peran Stakeholder, Peningkatan Manajemen Mutu Lembaga Zakat, dan Menggunakan Pendekatan Sosio-Kultural.
2. Pemerintah (umara’), ulama’ dan masyarakat harus bersinergi bersama-sama melakukan upaya pendidikan kepada masyarakat mengenai zakat, infaq dan sodaqoh dan mensosialisasikan lembaga zakat sesuai peran masing-masing. Dalam rangka peningkatan potensi zakat sebagai upaya pengentasan kemiskinan yang berbasis partisipasi masyarakat.
3. Lembaga zakat harus secara rutin dan berkesinambungan melakukan sosialisasi tentang lembaga zakat dan program/layanan serta terus berupaya melakukan perbaikan manajemen pengelolaan lembaga zakat dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat.

**Limitasi dan Penelitian Selanjutnya**

Dalam penelitian tidak dipisahkan antara motivasi membayar zakat dan motivasi membayar infaq, shodaqoh sehingga sangat memungkinkan bagi untuk penelitian berikutnya untuk mengkaji lebih lanjut dengan membedakan antara motivasi membayar zakat dan motivasi membayar infaq, shodaqoh sebagai bahan pembanding serta dapat digunakan sebagai pemetaan potensi penghimpunan dana zakat, infaq dan shodaqoh.

**Daftar Pustaka**

Ahmad, S., & Hairunnizam Wahid, M. A. M. N. & S. A. (2005). Kesedaran Membayar Zakat: Apakah Faktor Penentunya? *Ijms*, *12*(2), 171–189. Retrieved from http://repo.uum.edu.my/732/

Djamaludin, A. (2001). *Psikologi islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Farida, H. A. N. (2008). Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat oleh Para Muzakki (Studi Kasus Pengelola Lembaga Keuangan Syariah di Kota Yogyakarta). *Journal Of Islamic Business and Economics*, *2*(2).

Fatah, D. A. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Karyawan Muslim Pertamina dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Baituzzakah Pertamina. *Jurnal EKSIS (Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam), PSTT-PPs UI*, *4*(2).

FOZ. (2009). *Jumlah Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia*.

Hamidiyah, E. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengumpulan Zakat, Infak, Shadaqah, Wakaf dan Kurban pada Lembaga Pengelola Zakat (Studi Kasus: Dompet Dhuafa’ Republika). *Jurnal EKSIS (Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam)*, *4*(1).

Kotler, & Amstrong, G. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.

Mohd Ali Mohd Nor, H. W., & Nor, N. G. M. (2014). Kesedaran membayar zakat pendapatan di kalangan kakitangan profesional Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal of Islamic Studies*, *26*, 59–67.

Multifiah. (2011). *ZIS Untuk Kesejahteraan*. Malang: UB Press.

Munir, M. (2005). *Matra Dakwah Pengembangan Masyarakat, Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogjakarta: Pustaka Pesantren.

Nasution, M. E. (2009). *Indonesia Zakat and Development Report 2009*.

Nur Barizah, A. B., & Hafiz Majdi, A. R. (2010). Motivations of Paying Zakat on Income : Evidence from Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, *2*(3), 76–85. https://doi.org/10.4135/9781446249215

PIRAC. (2009). *Pola dan Kecenderungan Masyarakat Berzakat*. Jakarta.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Zulkefly Abdul Karim, & Wahid, M. A. S. Z. H. (2002). No Title. In *Pendapatan dan sasaran Perbelanjaan Dana Zakat di Negeri Kedah, Perak, selangor dan Negeri Sembilan : Isu dan Cabaran* (pp. 1–19). Universiti Kebangsaan Malaysia.