

Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pedagang Warung Sembako di Desa Waringin Jaya dalam Membayar Zakat Perdagangan

Andi Suhandi¹, Dede Nur Iskandar², Bayu Umara³, Enur Hotimah⁴, Novi Yulianti⁵

^{1,5} Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Yayasan Pelita Ilmu Insani (STEBIS YPII)

^{2,3,4} Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Yayasan Pelita Ilmu Insani (STEBIS YPII)

Article Info

Article history:

Received : 15/04/2025

Revised : 22/04/2025

Accepted : 23/04/2025

Keywords:

Trade Zakat; Decision Making;

Religiosity; Perception; Motivation

ABSTRACT

Trade zakat is one of the religious obligations for Muslims who meet certain criteria in commercial activities. However, the level of zakat compliance among small-scale traders remains relatively low, often due to various internal and external factors. This study aims to identify and analyze the factors influencing the decision of grocery store traders in Waringin Jaya Village to pay trade zakat. The research employs a quantitative approach using a field survey method. Primary data were collected through questionnaires with a 5-point Likert scale, distributed to 80 respondents. Secondary data were sourced from relevant literature such as books, journals, and scientific articles. The data were analyzed using validity and reliability tests as well as factor analysis with SPSS software. The results show that religiosity, perception, and motivation are the main factors influencing traders' decisions. Religiosity was the most dominant factor with a Total Variance Explained of 28.751%. This indicates that traders with strong religious values are more likely to fulfill their zakat obligations. The study highlights the importance of spiritual awareness and community-based religious education in increasing zakat compliance.

DOI:

10.37366/jespb.v10i01.2403

ABSTRAK

Zakat perdagangan merupakan kewajiban bagi umat Islam yang memenuhi syarat dalam aktivitas niaga. Namun, kepatuhan membayar zakat di kalangan pedagang kecil masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pedagang warung sembako di Desa Waringin Jaya dalam membayar zakat perdagangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei lapangan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert kepada 80 responden, dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta analisis faktor dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas, persepsi, dan motivasi berpengaruh dominan terhadap keputusan membayar zakat, dengan religiusitas menjadi faktor paling dominan (Total Variance Explained 28,751%). Temuan ini menunjukkan pentingnya peran kesadaran spiritual dan edukasi keagamaan dalam meningkatkan kepatuhan zakat.

Corresponding Author:

Andi Suhandi

Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Yayasan Pelita Ilmu Insani (STEBIS YPII)

Email: suhandiandi741@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Zakat, salah satu dari lima rukun Islam, adalah kewajiban ibadah bagi setiap orang Muslim yang memenuhi persyaratan tertentu. Zakat dalam bahasa Arab berarti "mensucikan", baik untuk harta maupun jiwa. Surah At-Taubah (9:103) dan beberapa hadits, seperti riwayat Shahih Bukhari dan Abu Daud, menunjukkan betapa pentingnya zakat atas barang dagangan. Selama mereka mempertahankan nilai-nilai moral seperti kejujuran dan keadilan dan tidak memperdagangkan barang haram, agama Islam memungkinkan umat-Nya untuk berdagang. Zakat atas hasil usaha menjadi cara untuk menunjukkan rasa syukur kepada Allah SWT, memenuhi hak sosial, dan membantu masyarakat hidup lebih baik seiring perdagangan menjadi sumber pendapatan utama (Rahmat et al., 2023).

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mengatur pengelolaan zakat di Indonesia, menetapkan peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam pengumpulan, distribusi, dan pelaporan zakat. Namun, harapan zakat nasional masih jauh dari kenyataan. Mashur et al. (2022) Studi yang dilakukan oleh BAZNAS dan Institut Pertanian Bogor menunjukkan bahwa penerimaan zakat di Indonesia hanya sekitar Rp6 triliun pada 2017, meskipun potensi penerimaan tahunan mencapai Rp217 triliun. Ini menunjukkan bahwa masyarakat harus lebih sadar dan patuh dalam membayar zakat. Zakat meningkat di tingkat lokal, seperti di Kabupaten Bekasi, dari Rp2,3 miliar pada 2016 menjadi Rp5,59 miliar pada 2017. Meskipun ada peningkatan, angka tersebut masih belum mewakili potensi yang ada di wilayah ekonomi seperti Bekasi. Pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah, dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya (ZIS-DSKL) nasional meningkat 68,2% hingga kuartal kedua tahun 2024, mencapai Rp26,13 triliun. Meskipun terjadi kemajuan, angka tersebut masih belum menunjukkan potensi penuhnya. Sebagaimana ditetapkan dalam Resolusi Rakornas BAZNAS tahun 2024, BAZNAS menargetkan penghimpunan ZIS dan DSKL secara nasional sebesar Rp50 triliun untuk tahun 2025. Data khusus tentang kemungkinan dan pelaksanaan zakat terbaru di tingkat lokal, seperti di Kabupaten Bekasi, tidak tersedia dari sumber saat ini. Namun, potensi zakat diperkirakan akan meningkat sejalan dengan tren nasional karena pertumbuhan ekonomi dan populasi di wilayah industri seperti Bekasi (BAZNAS, 2024).

Masyarakat Desa Waringin Jaya di Kecamatan Kedungwaringin banyak yang bekerja sebagai pedagang warung sembako. Tidak ada data yang menunjukkan seberapa banyak pedagang mematuhi kewajiban zakat perdagangan. Kewajiban ini memiliki posisi yang sebanding dengan pajak, yaitu bersifat wajib, diatur oleh hukum, dan ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial agama dan nasional. Untuk meningkatkan kesadaran dan mendukung pengelolaan zakat yang optimal, penting bagi pedagang untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk membayar zakat.

Saad dan Haniffa (2014) melakukan penelitian yang menemukan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang membentuk niat untuk berzakat sangat memengaruhi kepatuhan zakat (Al Jaffri Saad & Haniffa, 2014). Studi lain oleh Nasir (2019) menemukan bahwa transparansi, profesionalisme, kemudahan akses, dan kualitas pelayanan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) memengaruhi pilihan muzakki untuk membayar zakat di lembaga resmi (Nasri et al., 2019). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Farah dan Bidin (2015) menemukan bahwa pengetahuan tentang zakat serta dorongan religius memengaruhi kepatuhan membayar zakat (Farah Mastura Noor Azman & Zainol Bidin, 2015). Tiga studi menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan psikologis memengaruhi kepatuhan zakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku pembayaran zakat perdagangan, khususnya di kalangan pemilik toko sembako di Desa Waringin Jaya. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kepatuhan zakat serta membantu lembaga zakat dalam mengembangkan pendekatan yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

2. KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

2.1. KERANGKA TEORI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki variabel yang memengaruhi keputusan pedagang warung sembako untuk membayar zakat perdagangan. Untuk memahami fenomena ini, diperlukan fondasi teoritis solid yang mencakup pemahaman tentang kewajiban zakat perdagangan serta komponen psikologis dan sosiologis seperti motivasi, persepsi, dan religiusitas yang dapat memengaruhi perilaku pembayaran zakat.

2.1.1 Landasan Teori Zakat Perdagangan

Landasan zakat perdagangan dapat ditemukan dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad SAW. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 267, Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk menafkahkan sebagian dari hasil usaha yang baik. Suci & Anggraini (2023) Karena para ulama menafsirkan bahwa "hasil usaha" mencakup usaha perdagangan, ayat ini menegaskan bahwa harta yang wajib dizakati juga termasuk dalam perdagangan. Penafsiran dari Imam Tabari, Mujahid, dan Imam Abu Bakar al-Arabi meningkatkan pemahaman bahwa zakat berlaku untuk usaha perdagangan dan pertanian (Nur Saniah, 2022).

Hadits Nabi Muhammad SAW juga menyebutkan kewajiban zakat atas barang yang diperdagangkan. Hadits riwayat Abu Daud dari Samrah bin Jundab, Rasulullah memerintahkan untuk mengeluarkan sedekah (zakat) dari barang yang disiapkan untuk dijual. Berdasarkan hadits ini, para ulama memahami bahwa semua barang dagangan yang dimaksudkan untuk dijual dan telah mencapai nisab dan haul wajib dikeluarkan zakatnya sebesar 2,5% (Mustafid, 2022).

Zakat perdagangan harus memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti: barang yang diperjualbelikan adalah milik sendiri, terdapat niat untuk berdagang, mencapai nisab setara 85 gram emas, dan telah berlalu satu tahun. Zakat yang harus dibayarkan dihitung dari total kekayaan dari modal, keuntungan, dan piutang yang bisa dicairkan dikurangi dari hutang dan kerugian, lalu dikalikan 2,5% (Wahyuni, 2021).

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat Perdagangan

1) Motivasi

Motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong seseorang untuk bertindak, seperti membayar zakat. Teori kebutuhan Maslow menyatakan bahwa motivasi muncul ketika kebutuhan dasar manusia belum terpenuhi. Ini akan berlanjut hingga aktualisasi diri dicapai (Rosalinda et al., 2021).

Motivasi memiliki dua arah sasaran: sasaran positif (yang didekati) dan sasaran negatif (yang dihindari). Dalam konteks zakat, motivasi positif bisa muncul dari dorongan ingin menjalankan kewajiban agama dan mendapatkan pahala, sedangkan motivasi negatif bisa muncul dari rasa takut terhadap dosa atau hukuman Tuhan (Dwi et al., 2022).

Beberapa tujuan motivasi disebutkan oleh Hasibuan (2009), termasuk meningkatkan moral, produktivitas, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Karena pedagang merasa terdorong oleh faktor spiritual dan sosial, motivasi yang kuat dapat menjadi komponen penting yang mendorong mereka untuk membayar zakat (Hasibuan, 2009).

2) Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang dalam menafsirkan dan memahami informasi yang diterimanya melalui pancaindra (Rosalinda et al., 2021). Persepsi seseorang tentang zakat dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membayarnya. Jika seseorang melihat zakat sebagai beban,

mereka cenderung tidak membayarnya. Sebaliknya, jika seseorang melihat zakat sebagai ibadah atau investasi akhirat, mereka cenderung membayarnya lebih banyak (Rosalinda et al., 2021).

Persepsi dapat dipengaruhi oleh banyak hal, termasuk perhatian, kesiapan mental, kebutuhan, sistem nilai, dan tipe kepribadian. Individu yang memiliki persepsi positif terhadap zakat karena sistem nilai keagamaannya yang kuat dan dukungan sosialnya lebih cenderung untuk taat membayar zakat daripada individu yang tidak (Suhandi et al., 2024).

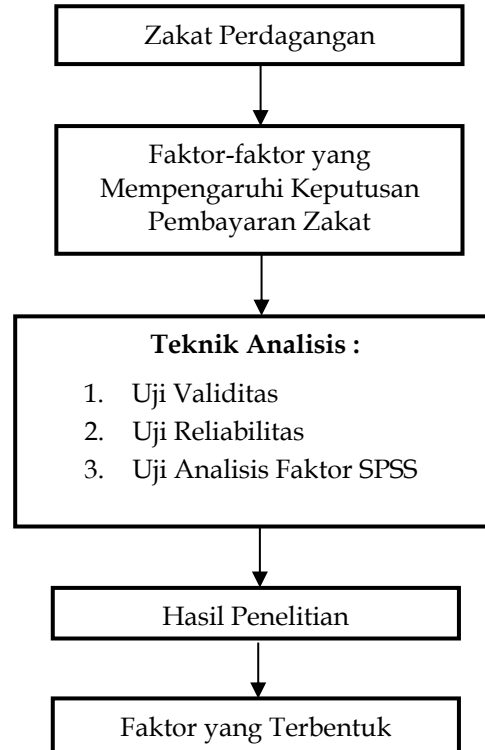
3) Religiusitas

Religiusitas mengacu pada sejauh mana seseorang memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Glock dan Stark membagi religiusitas ke dalam beberapa dimensi, seperti keyakinan, praktik ibadah, pengetahuan, penghayatan, dan pengalaman religius (Saleh, 2022).

Seorang pedagang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi akan lebih sadar terhadap kewajiban zakat sebagai perintah agama yang harus dijalankan. Dalam konteks ini, religiusitas menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam mendorong kepatuhan membayar zakat. Ia tidak hanya menjalankan zakat karena kewajiban sosial, tetapi lebih karena dorongan spiritual untuk mendekatkan diri kepada Allah (Novia et al., 2018).

Untuk menjelaskan bagaimana motivasi, persepsi, dan religiusitas memengaruhi keputusan pedagang warung sembako untuk membayar zakat perdagangan, kerangka teori ini menjadi dasar. Diharapkan pemahaman ini akan membantu dalam pembuatan rencana untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan zakat di kalangan pelaku usaha kecil.

2.1.3. Model Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber: Konsep yang dikembangkan dalam penelitian

2.2 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2016). Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, penelusuran hasil penelitian yang relevan, dan rumusan masalah, maka penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho. 1 : Motivasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan

Ha. 1 : Motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan

Ho. 2 : Persepsi tidak berpengaruh positif keputusan kepatuhan pembayaran zakat perdagangan

Ha. 2 : Persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan

Ho. 3 : Religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan

Ha. 3 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembayaran zakat perdagangan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif –metode survei lapangan– untuk mengukur fenomena secara objektif dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik. Penelitian ini memilih pendekatan kuantitatif karena memiliki kemampuan untuk mengukur pengaruh berbagai variabel terhadap keputusan pedagang untuk membayar zakat perdagangan (Sugiyono, 2016).

Survei lapangan digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengirimkan kuesioner langsung kepada subjek penelitian. Peneliti langsung pergi ke lapangan untuk mendapatkan informasi dari pedagang warung sembako di Desa Waringin Jaya. Selanjutnya, data yang dikumpul diolah dan dianalisis untuk menentukan pengaruh motivasi, religiusitas, dan persepsi terhadap keputusan untuk membayar zakat perdagangan (Arikunto, 2013).

Lokasi penelitian berada di Desa Waringin Jaya, Kecamatan Kedungwaringin, Kabupaten Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang warung sembako yang berjumlah 80 orang. Karena jumlahnya relatif kecil, maka digunakan teknik sampling jenuh, yaitu seluruh populasi dijadikan sampel.

Data primer dan data sekunder adalah dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Sebuah kuesioner dibagikan secara langsung kepada pemilik toko sembako di Desa Waringin Jaya. Untuk mengukur sikap, persepsi, dan preferensi individu terhadap suatu hal, kuesioner dibuat menggunakan skala Likert 5 poin. Pilihan jawaban untuk setiap indikator dinilai dengan skor mulai dari "Sangat Tidak Setuju" (skor 1) hingga "Sangat Setuju" (skor 5) (Sugiyono, 2016).

Untuk mengukur variabel psikologis seperti motivasi, sikap, dan persepsi, skala Likert dianggap efektif karena memungkinkan responden untuk menunjukkan seberapa setuju mereka dengan suatu pernyataan (Azwar, 2012).

Data sekunder, di sisi lain, diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu. Data-data ini digunakan untuk mendukung teori dan kerangka berpikir yang telah dibangun dari data primer, dan juga untuk memperkuat temuan analisis yang telah dilakukan.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada data untuk analisis dengan menggunakan program SPSS. Uji validitas bertujuan untuk menentukan bahwa item kuesioner adalah akurat, dan uji reliabilitas menentukan bahwa jawaban responden konsisten. Analisis faktor juga digunakan untuk membagi variabel menjadi beberapa faktor penting yang saling berhubungan (Ghozali, 2016).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar mampu mengukur apa yang diinginkan. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid instrumen dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Novikasari, 2016). Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total (corrected item total correlation) yang penyelesaiannya dibantu dengan menggunakan program SPSS Ver 24.0.

Uji validitas dengan membandingkan antara rhitung dan rtabel dengan menggunakan rumus koefisien korelasi product moment yang dikemukakan Pearson, dengan kriteria berikut ini :

- ☐ Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dapat dinyatakan valid
- ☐ Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dapat dinyatakan tidak valid

Sedangkan untuk mendapatkan rtabel dilakukan dengan tabel r product moment, yaitu menentukan alpha (α) = 0,05 kemudian n (sampel) = 80 orang, dengan nilai $df = 80 - 2 = 78$, sehingga didapat nilai rtabel sebesar 0,220.

4.1.1 Uji Validitas Variabel Faktor Motivasi (X₁)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel faktor motivasi dengan 5 item pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Motivasi (X₁)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	13.81	5.775	.383	.237	.524
item2	14.83	5.716	.058	.100	.673
item3	14.71	3.549	.561	.588	.346
item4	13.83	5.716	.362	.179	.525
item5	14.53	3.620	.481	.558	.411

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item merupakan pernyataan berjumlah 5 untuk variabel faktor motivasi memiliki status valid ada 4 (item1, item3, item4, item5) dan untuk yang tidak valid ada satu item yaitu item2, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,220 kecuali pada item2.

Oleh karena itu peneliti mengeliminasi item2 karena tidak valid, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Motivasi (X₁)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	10.71	4.840	.309	.198	.693
item3	11.61	2.316	.716	.585	.382
item4	10.73	4.759	.305	.159	.692
item5	11.43	2.349	.628	.558	.477

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item merupakan pernyataan berjumlah 4 untuk variabel faktor motivasi memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,220.

4.1.2 Uji Validitas Variabel Faktor Persepsi (X₂)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel faktor persepsi dengan 5 item pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Persepsi (X₂)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	15.85	4.661	.377	.486	.679
item2	15.88	4.516	.403	.498	.669
item3	16.34	3.391	.632	.523	.561
item4	16.36	2.943	.554	.496	.610
item5	16.08	4.222	.362	.198	.682

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item merupakan pernyataan berjumlah 5 untuk variabel faktor persepsi memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,220. Dan tidak ada item pernyataan yang tidak valid.

4.1.3 Uji Validitas Variabel Faktor Religiusitas (X_3)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel faktor religiusitas dengan 8 item pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Religiusitas (X_3)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	27.51	12.785	.132	.075	.890
item2	28.76	10.209	.621	.523	.857
item3	28.50	10.152	.592	.508	.861
item4	28.56	10.123	.650	.558	.854
item5	28.54	10.201	.678	.631	.851
item6	28.24	9.576	.691	.589	.850
item7	28.36	9.449	.797	.818	.837
item8	28.50	9.418	.766	.800	.840

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item merupakan pernyataan berjumlah 8 untuk variabel faktor religiusitas memiliki status valid ada 7 (item2, item3, item4, item5, item6, item7, item8) dan untuk yang tidak valid ada satu item yaitu item1, karena nilai rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel sebesar 0,220 kecuali pada item1. Oleh karena itu peneliti mengeliminasi item1 karena tidak valid, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Religiusitas (X_3)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item2	23.85	9.851	.634	.515	.880
item3	23.59	9.840	.593	.508	.885
item4	23.65	9.800	.654	.558	.878
item5	23.63	9.883	.681	.629	.875
item6	23.33	9.311	.681	.577	.875
item7	23.45	9.162	.794	.817	.861
item8	23.59	9.106	.770	.798	.863

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item merupakan pernyataan berjumlah 7 untuk variabel faktor religiusitas memiliki status valid, karena nilai rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel sebesar 0,220. Dan tidak ada item pernyataan yang tidak valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Menurut Uma Sekaran, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- Cronbach Alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- Cronbach Alpha $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
- Cronbach Alpha $0,8$ = reliabilitas baik

Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai r Cronbach alpha $\geq 0,6$. Setelah diuji dengan menggunakan SPSS 24.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

4.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Faktor Motivasi (X_1)

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Motivasi (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.673	4

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa variabel faktor motivasi dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ yaitu 0,673.

4.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Faktor Persepsi (X_2)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Persepsi (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel faktor persepsi dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ yaitu 0,696.

4.2.3 Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Faktor Religiusitas (X_3)

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Religiusitas (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	7

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa variabel faktor religiusitas dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ yaitu 0,890.

4.3 Deskripsi Data Penelitian

Statistik Deskriptif yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui nilai mean, maksimum, dan minimum dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

4.3.1 Deskriptif Statistik Faktor Motivasi (X_1)

Tabel 9. Deskripsi Statistik Faktor Motivasi (X_1)

		Statistics			
		item_1	item_3	item_4	item_5
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.11	3.21	4.10	3.40
Minimum		3	1	2	1
Maximum		5	5	5	5

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data faktor motivasi yang valid adalah 80 buah. Sedangkan data yang hilang (missing) adalah nol, artinya semua data diproses. Dalam uji validitas, item_2 dieliminasi karena datanya tidak valid.

4.3.2 Deskriptif Statistik Faktor Persepsi (X_2)

Tabel 10. Deskripsi Statistik Faktor Persepsi (X_2)

		Statistics				
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5
N	Valid	80	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.28	4.25	3.79	3.76	4.05
Minimum		3	3	2	1	3
Maximum		5	5	5	5	5

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 10 di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data faktor persepsi yang valid adalah 80 buah. Sedangkan data yang hilang (missing) adalah nol, artinya semua data diproses.

4.3.3 Deskriptif Statistik Faktor Religiusitas (X_3)

Tabel 11. Deskripsi Statistik Faktor Religiusitas (X_3)

		Statistics						
		item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8
N	Valid	80	80	80	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.66	3.93	3.86	3.89	4.19	4.06	3.93
Minimum		2	3	3	3	3	3	3
Maximum		5	5	5	5	5	5	5

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan Tabel 11 di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data faktor religiusitas yang valid adalah 80 buah. Sedangkan data yang hilang (missing) adalah nol, artinya semua data diproses. Dalam uji validitas item_1 tidak valid, kemuidian dilakukan eliminasi.

4.4 Uji Analisis Faktor SPSS

Analisis faktor adalah suatu teknik untuk menganalisis tentang saling ketergantungan (*interdependence*) dari beberapa variabel secara simultan dengan tujuan untuk menyederhanakan dari bentuk hubungan antar beberapa variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit dari pada variabel yang diteliti yang berarti dapat juga menggambarkan tentang struktur data dari suatu penelitian (Widarjono, 2010).

Selanjutnya setelah pembahasan kuesioner, maka dilakukan pembahasan untuk analisis faktor. Berikut ini adalah penjelasan dan langkah-langkah mengenai hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis faktor.

4.4.1 Menghitung Korelasi Indikator

a. Menentukan Variabel yang Dianalisa

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 variabel. Yang pada tahap sebelumnya telah melalui uji validitas dan reabilitas. Untuk itu maka ke 30 variabel ini akan di uji dengan analisis faktor.

b. Menguji Variabel-Variabel yang Ditentukan

Salah satu cara yang dapat menentukan dapat digunakan atau tidaknya analisis faktor dapat dilihat dari matriks korelasi secara keseluruhan. Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel digunakan uji bartlett test of sphericity atau dengan Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling Adequacy. Nilai KMO bervariasi dari 0 – 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2013).

Tabel 12. KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.786
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1579.558
	Df	435
	Sig.	.000

Sumber: Output SPSS 24.0 Data Diolah

Berdasarkan uji KMO and Bartlett's Test, dapat diketahui bahwa nilai KMO sebesar 0,786, begitu juga dengan Bartlett's Test, Chi-Squares = 1579.558 dan beradapada tingkat signifikansi 0,000 (<0,05), dengan ini dapat dianalisis lebih lanjut karena masuk dalam kategori layak untuk kepentingan analisis faktor.

Setelah dilakukan pengujian persyaratan nilai dari KMO, kemudian dilanjutkan dengan pengujian persyaratan pada MSA (*Anti Image Matrices*) terhadap 30 variabel yang dijelaskan pada tabel MSA (lampiran-1). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel yang layak untuk diproses analisis lebih lanjut dan tidak dikeluarkan dalam pengujian.

Berdasarkan hasil output SPSS *Anti Image-Correlation* menunjukkan bahwa nilai MSA seluruh variabel sudah memenuhi syarat yaitu > 0,5 sehingga uji analisis faktor bisa dilanjutkan.

4.4.2 Ekstraksi Faktor

Berikutnya adalah uji communalities yaitu penjelasan variabel oleh faktor. Maksud penjelasan variabel oleh faktor adalah seberapa besar faktor yang nantinya terbentuk mampu menjelaskan variabel. Communalities dapat di analisis dari 30 variabel, hasil uji komunalitas menunjukkan keseluruhan variabel yang diuji memiliki nilai extraction > 0,5 hal ini menunjukkan seluruh variabel yang diuji dalam tahap ini memiliki hubungan erat dengan faktor yang terbentuk.

Tabel di atas menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. motivasi1 nilainya 0,757 artinya variabel motivasi1 dapat menjelaskan faktor sebesar 75,7%, motivasi3 nilainya 0,793 artinya variabel motivasi3 dapat menjelaskan faktor sebesar 79,3%. Begitu juga dengan variabel lainnya, dimana semuanya > 50%, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwasannya semua variabel dapat menjelaskan faktor sehingga analisis dapat dilanjutkan. Langkah selanjutnya mereduksi dan mengekstraksi atribut variabel asal menjadi beberapa faktor atau komponen yang dapat mewakili seluruh atribut variabel sebelumnya.

Menurut Agus Widarjono (2010) Total Variance Explained menjelaskan tentang besarnya varian yang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Bial total initial eigenvalues ≥ 1 , maka faktor tersebut dapat menjelaskan indikator dengan baik sehingga perlu disertakan dalam pembentukan indicator (Widarjono, 2010).

Terdapat 30 variabel (component) yang dimasukkan kedalam analisis faktor. Variabel Motivasi, Dengan pendapatan yang saya miliki saat ini kebutuhan fisiologis saya telah terpenuhi (Motivasi1), Dengan keberhasilan saya saat ini saya mendapat pengakuan dari lingkungan sekitar saya (Motivasi3), Saya memenuhi kebutuhan diri saya dari pendapatan yang saya peroleh (Motivasi4), Saya mempunyai peran penting di lingkungan sekitar saya (Motivasi5).

Variabel Persepsi, Zakat dapat membantu bagi orang yang membutuhkan disekitar saya (Persepsi1), Zakat merupakan contoh perilaku tolong- menolong antara orang kaya dan orang miskin (Persepsi2), Dengan membayar zakat saya merasa tuntutan nilai agama di masyarakat telah terpenuhi (Persepsi3), Dengan membayar zakat saya merasa harta yang saya miliki telah suci karena hak orang lain sudah saya penuhi (Persepsi4), Saya mengetahui perbedaan membayar zakat maal dan zakat fitrah (Persepsi5).

Pada Variabel Religiusitas, Saya sering mengerjakan ibadah yang hukumnya sunnah (Religiusitas2), Saya sering menghadiri majlis ilmu agama minimal 1 bulan sekali (Religiusitas3), Saya selalu mengerjakan dan menjalankan semua ibadah yang telah ditentukan oleh syariat (Religiusitas4), Saya selalu melaksanakan perintah agama yang disetiap aktivitas yang saya jalani (Religiusitas5), Saya selalu mengutamakan agama dalam mempertimbangkan sesuatu hal (Religiusitas6), Saya selalu berusaha untuk mempelajari agama secara mendalam (Religiusitas7), Saya selalu meluangkan waktu untuk beribadah disela-sela waktu kesibukan saya (Religiusitas8).

Terdapat 7 faktor atau component yang memiliki nilai initial eigenvalues diatas 1, masing-masing nilainya yaitu 8,625; 4,340; 2,897; 2,059; 1,519; 1,235; dan 1,127. Ketujuh faktor tersebut mampu menjelaskan keragaman total sebesar 72,674%, sehingga dapat disimpulkan ketujuh faktor sudah cukup mewakili keragaman variabel-variabel asal.

Setelah diketahui bahwa tujuh faktor adalah jumlah yang paling optimal. Maka tabel Component Matrix menunjukkan distribusi ke 30 variabel tersebut pada tujuh faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang terdapat pada faktor loading, yang menunjukkan besarnya korelasi suatu variabel dengan Faktor1, Faktor2, Faktor 3, Faktor 4, Faktor 5, Faktor 6, Faktor 7. Proses penentuan variabel mana yang akan masuk ke faktor mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

4.4.3 Rotasi Faktor

Setelah kita melakukan ekstraksi faktor, langkah selanjutnya adalah rotasi faktor (rotation). Rotasi faktor ini diperlukan jika metode ekstraksi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Tujuan rotasi faktor untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu. Ada beberapa metode rotasi: (Ghozali, 2016)

- 1) Rotasi Orthogonal yaitu memutar sumbu 90° . Poses rotasi orthogonal dibedakan lagi menjadi Quartimax, Varimax dan Equamax.
- 2) Rotasi Oblique yaitu memutar sumbu ke kanan, tetapi tidak harus 90° . Proses rotasi Oblique dibedakan lagi menjadi Oblimin, Promax dan Orthiblique.

Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian, karena tujuan penelitian ini adalah mengurangi jumlah variabel asli (awal) maka digunakan rotasi Orthogonal yaitu Varimax.

Component matrix hasil proses rotasi (rotated component matrix) memperhatikan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa sekarang faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil, dan factor loading yang besar semakin diperbesar.

Hasil yang didapatkan dapat dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (component) 1-7 adalah 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7. (0.552; 0.903; -0.651; -0.531; 0.683; -0.728; 0.825). Angka dengan ditandai minus ("-") hal tersebut menunjukkan arah korelasi pada diagonal yang lain. Dan ada empat faktor yang angkanya diatas 0.5 yaitu: faktor 1 (component 1), faktor 2 (component 2), faktor 5 (component 5), faktor 7 (component 7) masing-masing angkanya: 0.552; 0.903; 0,683; dan 0.825.

Berdasarkan terbentuknya, hanya empat faktor yang pada diagonalnya nilai diatas 0.5, hal itu sudah cukup mewakili dari ketujuh faktor yang terbentuk.

4.4.4 Faktor Yang Terbentuk

Dari 30 pernyataan atau variabel yang di uji menjadi 5 faktor dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Faktor 1 terdiri dari: Religiusitas2, Religiusitas3, Religiusitas4, Religiusitas5, Religiusitas6, Religiusitas7, Religiusitas8.
- 2) Faktor 2 terdiri dari: Motivasi3, Motivasi5, Persepsi3
- 3) Faktor 3 terdiri dari: Persepsi3, Persepsi4
- 4) Faktor 6 terdiri dari: Perspesi1, Persepsi2.
- 5) Faktor 7 terdiri dari: Motivasi1, Motivasi4.

Component Matrix dari proses rotasi (Rotated Component Matrik) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Dengan adanya proses rotasi faktor loading yang pada awalnya kecil semakin diperkecil dan faktor loading yang awalnya besar semakin diperbesar.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat perdagangan di Desa Mekarjaya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui analisis faktor dapat diperoleh 3 faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat perdagangan yaitu adalah:

- 1) Faktor Religiusitas: Mengerjakan ibadah yang sunnah, Sering menghadiri majlis ilmu agama, Mengerjakan ibadah yang telah ditentukan, Selalu melaksanakan perintah agama, Selalu mengutamakan agama dalam segala hal, Mempelajari agama secara mendalam, Selalu meluangkan

waktu untuk beribadah. Faktor ini adalah faktor yang paling dominan karena nilai Total Variance Explained 28,751 %

- 2) Faktor Persepsi: Zakat dapat membantu bagi orang yang membutuhkan, Zakat merupakan perilaku tolong- menolong antara orang kaya dan orang miskin. Dengan nilai Total Variance Explained 4,116 %.
- 3) Faktor Motivasi: Dengan pendapatan saat ini kebutuhan fisiologis terpenuhi, Memenuhi kebutuhan dari pendapatan yang diperoleh. Dengan nilai Total Variance Explained 3,757 %.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor religiusitas faktor persepsi, dan faktor motivasi sangat memengaruhi muzaki dalam memutuskan membayar zakat.

REFERENSI

- Al Jaffri Saad, R., & Haniffa, R. (2014). Determinants of zakah (Islamic tax) compliance behavior. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5(2), 182–193. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2012-0068>
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- BAZNAS, H. (2024). *Dukung Indonesia Emas 2045, BAZNAS Perkuat Pengelolaan Zakat Inovatif dan Berkelanjutan*. Baznas RI. https://baznas.go.id/news-show/Dukung-Indonesia-Emas-2045%2C-BAZNAS-Perkuat-Pengelolaan-Zakat-Inovatif-dan-Berkelanjutan/2606?utm_source=chatgpt.com
- Dwi, Khusnul, & Danik. (2022). Pemikiran Abraham Maslow Tentang Motivasi dalam Belajar. *Tajdid Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 6(1), 37–48.
- Farah Mastura Noor Azman, & Zainol Bidin. (2015). Factors Influencing Zakat Compliance Behavior on Saving. *International Journal of Business and Social Research*, 05(01), 118–128.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan. (2009). *Organisasi Dan Motivasi*. PT Bumi Perkasi.
- Mashur, M., Riswandi, D., & Sibawaihi, A. (2022). Peran Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (analisis pengembangan Ekonomi Islam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(4), 634–639. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i4.184>
- Mustafid. (2022). *Zakat Kontemporeriii Zakat Kontemporer: Metode Praktek Pembayaran Zakat Nelayan* (1st ed.). Hafa Creative.
- Nasri, R., Aeni, N., & Haque-Fawzi, M. G. (2019). Determination of Professionalism and Transparency and Its Implications for the Financial Performance of Zakat Institutions. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 785–806. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1158>
- Novia, N., Noor, I., & Ekawaty, M. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Non-Ekonomi terhadap Sikap Pedagang Madura dalam Membayar Zakat Perdagangan. *Al-Muzara'ah*, 6(1), 61–76. <https://doi.org/10.29244/jam.6.1.61-76>
- Novikasari, I. (2016). *Uji Validitas Instrumen*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Nur Saniah. (2022). Zakat Profesi Perspektif Tafsir Ayat Ahkam (Analisis Terhadap Surat Al_-Baqarah Ayat 267). *Al-Kauniyah*, 2(2), 53–71. <https://doi.org/10.56874/alkauniyah.v2i2.709>
- Rahmat, R., Illiyah, L., & Nandini, A. (2023). Analisis Implementasi Zakat Perdagangan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AL-Muqayyad*, 6(1), 67–76. <https://doi.org/10.46963/jam.v6i1.1052>
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi

- Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80.
<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Saleh, A. R. (2022). Dimensi Keberagamaan dalam Pendidikan. *Jurnal Jendela Pendidikan*, 2(04), 580–590.
<https://doi.org/10.57008/jjp.v2i04.327>
- Suci, U. N., & Anggraini, T. (2023). Analisis Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan Kakao Masyarakat Desa Bandar Sawah, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(4), 510–521. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i4.429>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhandi, A., Mh, A., Umara, B., Hananto, B., & Albab, M. U. (2024). Pengaruh Tingkat Kesadaran Terhadap Kepatuhan Masyarakat Dalam Membayar Zakat Mal. *Jurnal Pelita Ilmu Ekonomi Syariah: JPIES*, 01(02), 50–61.
- Wahyuni, M. I. P. (2021). Pemahaman dan perhitungan Zakat Perdagangan: telaah etnomatematika pengusaha rumah makan di Kota Gresik [UIN SUNAN AMPEL]. In *UIN SUNAN AMPEL*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/479354947.pdf>
- Widarjono, A. (2010). *Analisis statistic multivariat terapan* (Edisi pert). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.