

## **Minat Pelaku Usaha dalam Pembayaran Zakat Perniagaan di Kota Banda Aceh: Determinan Literasi, Kepercayaan, dan Motivasi**

**Hafizh Maulana<sup>1\*</sup>**

**Hafidhah<sup>1</sup>**

**Suci Rmadhani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

<sup>\*1</sup>Corresponding email: [hafizh.maulana@ar-raniry.ac.id](mailto:hafizh.maulana@ar-raniry.ac.id)

**ABSTRACT** - Zakat Literacy, Trust and Motivation are important factors to increase intention in paying zakat through the Islamic philanthropic institution Baitul Mal in Banda Aceh City. This study aims to test and analyze the influence of zakat literacy, trust and motivation on the interest of business actors in paying zakat through the Baitul Mal Institution in Banda Aceh City. This study uses a quantitative approach with the Structural Equation Model (SEM) method. The test was carried out using the Partial Least Square (PLS) analysis tool with the respondent category, namely Business Actors in Aceh Market and Peunayong Market as many as 100 respondents. Based on the findings, Motivation is a determinant that has a positive influence in increasing the interest of business actors in paying business zakat. shows that Zakat Literacy and Trust have no effect on the Interest in paying zakat through Baitul Mal in Banda Aceh City, while Motivation has a positive and significant effect on the Interest in paying zakat through Baitul Mal in Banda Aceh City.

**Keywords:** Zakat, Literacy, businessman, Structural Equation Model

**ABSTRAK** – *Minat Pelaku Usaha dalam Pembayaran Zakat Perniagaan di Kota Banda Aceh: Determinan Literasi, Kepercayaan, dan Motivasi.* Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan minat seseorang dalam membayar zakat melalui lembaga filantropi Islam Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat melalui Lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Model (SEM). Pengujiannya dilakukan menggunakan perangkat analisis Partial Least Square (PLS) dengan kategori responden yaitu Pelaku usaha di Pasar Aceh dan Pasar Peunayong sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil temuan, Motivasi menjadi determinan yang berpengaruh positif dalam meningkatkan minat pelaku usaha dalam membayar zakat perniagaan. menunjukkan bahwa Literasi Zakat dan Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat membayar zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh, sedangkan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat membayar zakat melalui Baitul Mal Kota Banda Aceh.

**Kata Kunci:** Zakat, Literasi Minat, Pelaku Usaha, Structural Equation Model



## **INTRODUCTION**

Pemahaman yang baik tentang literasi zakat memungkinkan individu untuk menunaikan kewajiban zakat dengan benar, sesuai dengan ketentuan syariat Islam, serta memaksimalkan dampak positif zakat dalam kehidupan sosial. Pelaku usaha memiliki aktivitas tata niaga barang dari suatu tempat atau pada suatu daerah tertentu dan pada waktu tertentu dan menjual kembali barang itu di tempat lain dengan maksud memperoleh keuntungan (Kansil et al, 2010). Ali Mahmud (2019:76) menjelaskan bahwa barang dagangan dalam bahasa Arab disebut dengan al'urudh dan 'uruudhut-tijaarah, dimana alasan dinamakan demikian karena barang-barang yang ditawarkan untuk dijual dan dibeli atau karena ditawarkan kemudian akan lenyap dan habis.

Baznas (2019) mengatakan bahwa Zakat Perdagangan merupakan zakat yang dikeluarkan dari harta niaga sedangkan harta niaga adalah harta atau aset yang diperjualbelikan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan. Sebagaimana yang telah di jelaskan diatas, maka dapat dipahami bahwa zakat perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan atas kepemilikan harta yang diperuntukan untuk jual beli,

Pranata & Maulana (2024) menyatakan bahwa Zakat merupakan aplikasi ibadah yang diajarkan oleh agama Islam dengan memberikan berbagai manfaat atau nilai guna baik untuk muzaki itu sendiri sebagai pemberi zakat maupun kepada mustahik sebagai penerima zakat. Zakat perdagangan memiliki hukum wajib apabila dagangannya sudah menghasilkan dan sudah mencapai nisab dan haul. Provinsi Aceh merupakan wilayah yang mayoritasnya banyak menganut agama islam, maka dari itu hal ini dapat menjadikan Provinsi Aceh atau yang biasa di kena Serambi Mekkah ini sebagai salah satu daerah yang memiliki tingkat potensi yang tinggi terhadap zakat yang lumayan cukup besar. Dengan adanya zakat perdagangan ini sangat diharapkan akan keberlangsungan masyarakat fakir miskin dan para golongan penerima zakat lainnya akan dapat menstabilkan perekonomian mereka. Allah SWT mewajibkan zakat untuk membangun suatu kehidupan masyarakat islam menjadi kehidupan yang penuh tolong menolong dan gotong royong serta sejahtera.



**Tabel 1. Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh (2018-2022)**

Tahun	Zakat Penghasilan	Zakat Perniagaan	Infaq	Jumlah
2018	14,364,934,864	2,310,974,464	1,280,639,766	17,962,650,080
2019	14,011,017,230	1,175,188,643	1,268,791,804	16,461,357,998
2020	13,714,128,368	1,554,162,106	1,631,728,035	16,902,591,999
2021	12,174,658,320	1,488,622,757	1,825,920,413	15,493,785,668
2022	11,954,380,255	1,686,488,163	2,022,841,832	15,675,464,403

Sumber: Baitul Mal Banda Aceh, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat secara umum bahwa jumlah zakat perniagaan pada Baitul Mal Banda Aceh mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahun nya. Pada tahun 2018 penerimaan zakat perniagaan oleh baitul mal sebesar Rp 2,310,974,464.00, lalu pada tahun 2019 mengalami penurunan hingga Rp 1,175,188,643.00 dari tahun sebelumnya, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2020 sebesar Rp 1,554,162,106.46 yang sedikit lebih banyak daripada tahun sebelumnya, hingga pada tahun 2021 zakat perniagaan yang diterima kembali mengalami penurunan hingga mencapai Rp 1,488,622,757.67. zakat perniagaan yang diterima oleh baitul mal kembali mengalami peningkatan pada tahun 2022 sebesar Rp 1,686,488,163.00.

Namun pada kenyataannya bukan hanya masyarakat Banda Aceh yang belum sepenuhnya membayar zakat pada Baitul Mal tetapi para pelaku usaha yang sudah mencapai nisab dan haul juga belum sepenuhnya membayar zakat pada Baitul Mal Banda Aceh. Hal ini dikarenakan mereka masih melakukan pembayaran zakat secara individu atau membayar zakat langsung di tempat mereka tinggal seperti membayar zakat di mesjid maupun memberi uang untuk anak yatim piatu di perkempungannya. Pada saat itulah para pengelola Baitul Mal memberikan motivasi atau memberikan sosialisasi kepada masyarakat untuk membayar zakat melalui Baitul Mal agar pembagian zakat diterima secara adil oleh seluruh mustahiq yang membutuhkan. Begitu pula para pelaku usaha yang dagangannya sudah mencapai nisab dan haul ada baiknya membayar zakat melalui baitul mal agar zakat yang di berikan diterima merata oleh para mustahik.

Ada beberapa pelaku usaha yang menunaikan zakatnya secara langsung kepada mustahiq yang mereka ketahui membuat pembagian zakat tidak merata kepada para mustahiq lainnya maka dari itu para pelaku usaha



harus mengetahui tentang zakat terlebih dahulu, mempunyai kepercayaan terhadap para pengelola zakat dan juga mempunyai motivasi yang timbul dari diri sendiri untuk membayar zakat di Baitul Mal sehingga zakat yang di bayarkan tersalurkan secara merata kepada para mustahiq yang membutuhkan. Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melihat apakah literasi zakat, kepercayaan dan motivasi mempengaruhi minat pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal.

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nafi'ah et al. (2023) tentang minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS mengatakan bahwa minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh beberapa faktor. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis (2018) membuktikan bahwa variabel minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh variabel kepercayaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Asyraf (2021) membuktikan bahwa variabel minat masyarakat dalam membayar zakat juga di pengaruhi oleh variabel motivasi.

Pertiwi (2020) mengatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, adanya literasi zakat tidak berpengaruh terhadap masyarakat membayar zakat tetapi minat masyarakat dalam membayar zakat di pengaruhi oleh beberapa faktor yang lainnya. Safitri dan Suryaningsih (2021) juga mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Oleh sebab itu butuh penelitian lebih lanjut untuk melihat apakah minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi.

Literasi zakat merupakan suatu kemampuan seseorang untuk membaca, menghitung, memahami serta mengakses informasi tentang zakat yang dapat meningkatkan kesadaran dalam membayar zakat. Menurut Pulungan (2017) tingkat literasi berkorelasi terhadap perubahan perilaku dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat, dan berdampak juga terhadap kehidupan sosial ekonomi seseorang. BAZNAS (2019) mengatakan bahwa literasi zakat merupakan suatu kecakapan atau pemahaman untuk membaca, menghitung, berbicara dan menganalisis serta mendapatkan informasi yang berkaitan dengan zakat dan meningkatkan kesadaran seseorang untuk menunaikan zakat. Nafi'ah et al. (2023) mengatakan bahwa kontribusi literasi zakat, tingkat kesadaran dan religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS tulungagung berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS tulungagung.

Kepercayaan menurut Khotimah & Febriansyah (2018) merupakan sebagai keyakinan terhadap perilaku seseorang dalam rangk mencapai tujuan yang diinginkan tetapi tidak pasti dan dalam situasi yang memiliki resiko. Sedangkan menurut Tarigan kepercayaan itu sebagai suatu keadaan psikologis yang berupa keinginan untuk menerima akibat yang tidak dapat diduga



berdasarkan harapan yang positif terhadap keinginan atau tujuan dari orang lain. Kepercayaan merupakan sebuah kemauan mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasari dengan perasaan bahwa individu lain dapat melakukan sesuatu yang diharapkan dan akan bertindak dalam suatu pola yang saling mendukung Andriani (2019). Pengaruh Kepercayaan terhadap minat yang diteliti oleh Yunus (2016) mengatakan bahwa menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, religiusitas dan kontribusi secara persial berpengaruh positif terhadap minat pedagang mengeluarkan zakat di baitul mal. Religiusitas dan kontribusi berpengaruh signifikan terhadap proses penentuan minat oleh pedagang di pasar los lhokseumawe dalam mengeluarkan zakat di Baitul Mal.

Supartha (2017) mengatakan bahwa motivasi merupakan sebagai suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu agar memperoleh hasil atau tujuan yang diharapkan. Karakteristik motivasi merupakan suatu hal yang sangat penting dan menjadi perspektif dasar dari pendekatan historical. Selanjutnya Kholid (2017) megatakan bahwa motivasi merupakan istilah yang sering digunakan untuk menjelaskan suatu keberhasilan atau kegagalan hampir semua tugas yang rumit. Beberapa pakar juga setuju bahwa suatu teori tentang motivasi berkenaan dengan faktor-faktor yang mendorong tingkah laku dan memberikan arah kepada tingkah laku itu, juga pada umumnya diterima bahwa motif seseorang untuk terlibat dalam satu kegiatan tertentu didasarkan atas kebutuhan yang mendasarinya. Seperti halnya yang dikatakan oleh Asyraf (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

Relevansi antara literasi zakat dan minat pelaku usaha dalam membayar zakat sangat erat, karena pemahaman yang baik tentang zakat (literasi zakat) dapat meningkatkan kesadaran dan motivasi pelaku usaha untuk menunaikan kewajiban zakat. Dengan pemahaman yang mendalam, mereka tidak hanya melihat zakat sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai keseimbangan sosial dan ekonomi yang lebih baik. Ini pada akhirnya akan mendorong pelaku usaha untuk secara konsisten dan tepat waktu menunaikan zakat mereka, serta berkontribusi lebih besar pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi minat membayar zakat pelaku usaha di Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan sejumlah variable yang terdiri dari literasi, motivasi usaha, dan kepercayaan. Adanya determinasi dari variable tingkat literasi, motivasi, dan kepercayaan diangaap dapat meningkatkan minat pelaku usaha untuk membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.



## LITERATURE REVIEW

Zakat dalam bahasa arab yaitu “zaka” yang artinya berkah, bersih dan bertumbuh. Secara harfiah zakat dapat diartikan keberkahan dan meningkat. Zakat juga dapat diartikan sebagai membersihkan diri setelah melakukan kewajibannya yaitu menunaikan zakat. Fitri (2017) mengatakan bahwa zakat merupakan kewajiban bagi umat muslim untuk menjalankan rukun islam yang ketiga, maka zakat dapat diartikan sebagai kewajiban untuk setiap muslim yang sudah terpenuhi nisab dan haul nya untuk menanamkan nilai keimanan didalam diri. Sedangkan Fadia dan Rahman (2023) menjelaskan bahwa zakat merupakan bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah mencapai syarat yang telah di tetapkan. Zakat merupakan salah satu rukun islam yang wajib dilaksanakan bagi kaum muslim di dalam proses pengabdian kepada Allah SWT, zakat sering dianggap sebagai sumber daya sekaligus sumber dana potensial di dalam pelaksanaan program dengan harapan dapat memberi dampak positif terhadap yang menerimanya (BAZNAS, 2019).

Ali Mahmud (2019:76) menjelaskan bahwa barang dagangan dalam bahasa Arab disebut dengan al’urudh dan ‘uruudhut-tijaarah, dimana alasan dinamakan demikian karena barang-barang yang ditawarkan untuk dijual dan dibeli atau karena ditawarkan kemudian akan lenyap dan habis. Dalam hukum zakat barang dagangan adalah barang yang dibeli kemudian untuk diperjualbelikan (Qalbiah, 2013 :261). Baznas (2019) mengatakan bahwa Zakat Perdagangan merupakan zakat yang dikeluarkan dari harta niaga sedangkan harta niaga adalah harta atau aset yang diperjualbelikan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan.

### Determinan Minat Membayar Zakat

Menurut Farhati (2019) Minat secara etimologi memiliki arti perhatian, kecenderungan hati kepada sesuatu yang di inginkan. Minat merupakan suatu kecenderungan hati seseorang kepada sesuatu. Lebih lanjut Setiawan (2018) mengatakan bahwa Minat merupakan kesamaan hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan dan dorongan eksternal serta dorongan internal yang memberi perilaku buat menetapkan dan memenuhi kewajiban berzakat. Adapun A.R Muhammad (2023) mengatakan bahwa Minat merupakan suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan



senang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan diri sendiri. Purwanto (2016) menyebutkan bahwa minat yaitu landasan yang penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat. Secara bahasa minat merupakan kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan sifat yang relative menetap pada diri seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya.

Mahbubatun et al. (2023) menyatakan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap variabel dependen (minat pelaku usaha) dan variabel literasi ini memiliki nilai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Sedangkan Pertiwi (2020) menghasilkan temuan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Yuanita dan rachma (2022) yang menyatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat dikarenakan beberapa faktor salah satunya itu faktor sosial budaya, dimana masyarakat desa-desa di Sidoarjo masih cenderung menyukai dan melakukan metode penyaluran zakat secara langsung kepada golongan yang berhak mendapatkan zakat.

Mukhlis (2018) bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap variabel dependen (minat muzakki) membayar zakat di Baitul Mal. variabel yang paling dominan antara variabel lainnya yaitu variabel independen (kepercayaan). Penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2018) mengatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, Sedangkan Safitri & Suryaningsih (2021) mengatakan didalam penelitiannya bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS.

Lembaga Baitul Mal berperan untuk memberikan motivasi terhadap para pelaku usaha agar dapat membayar zakat. seperti halnya yang dikatakan oleh Asyraf (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Penelitian oleh Diyanah (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi membayar zakat seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang membayar zakat.

## **METHODOLOGY**



Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh literasi zakat, kepercayaan dan motivasi terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat perdagangan pada Baitul Mal Banda Aceh menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana berfokus pada pengumpulan, analisis serta interpretasi data kuantitatif guna mengidentifikasi pola, tren serta hubungan dalam data. Data- data ini bisa berupa survey, eksperimen atau pengamatan yang dinyatakan dalam bentuk angka. Setelah itu, metode analisis data seperti analisis Confirmatory Factor Analisis (CFA) dan Structural Equation Modeling (SEM) akan digunakan untuk menguji informasi dan fakta yang diperoleh dari kuesioner yang dikumpulkan oleh PLS sebagai model aplikasi SEM.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Probability Sampling. Lebih lanjut Sugiyono, (2019:82) mengatakan bahwa Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis Probability Sampling yang dipilih adalah Simple Random Sampling yang dapat dikatakan simple (sederhana karena cara pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Sampel yang diajukan dalam kajian ini berjumlah 100 responden pelaku usaha di Kota Banda Aceh.

Definisi operasional variabel adalah suatu cara untuk merumuskan variabel yang diukur di lapangan secara singkat dan jelas. Adapun variabel terkait dalam penelitian ini yaitu Minat Pelaku Usaha Mmembayar Zakat (Y) dan variabel Literasi Zakat, Kepercayaan dan Motivasi (X).

**Tabel 2. Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Literasi Zakat	1. Pengetahuan umum tentang zakat, 2. Pengetahuan kewajiban membayar zakat, 3. Pengetahuan terkait dengan golongan yang dapat menerima zakat, 4. Pengetahuan perhitungan zakat, 5. Pengetahuan tentang objek zakat (Fadhila, 2021)	Likert 1-5



2.	Kepercayaan	1. Persepsi Integritas ( <i>Integrity</i> ), 2. Persepsi Kebaikan ( <i>Benevolence</i> ), 3. Persepsi Kompetensi ( <i>Competence</i> ), 4. Konsistensi perilaku oleh penjual ( <i>Predictability</i> ) (Ridwan, Militina, Achmad, 2020)	Likert 1-5
3.	Motivasi	1. Penghargaan ( <i>reward</i> ) 2. Hubungan atau Interaksi Sosial 3. Kebutuhan Hidup 4. Keberhasilan Dalam Bekerja (Robbins, 2015)	Likert 1-5
4.	Minat Membayar Zakat Perdagangan	1. Ketertarikan ( <i>Interest</i> ) 2. Keinginan ( <i>Desire</i> ) 3. Keyakinan ( <i>Conviction</i> ) (Ramadani, 2020)	Likert 1-5

Penelitian ini menerapkan metode Structural Equation Model (SEM). Structural Equation Modeling (SEM) merupakan seperangkat teknik statistik yang memungkinkan pemeriksaan simultan terhadap serangkaian hubungan yang relatif rumit untuk diuji. Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan smart PLS 4.0. Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang powerful yang dimana di dalam metode ini tidak didasarkan banyaknya asumsi. Ghozali (2008:17) mengatakan bahwa pendekatan Partial Least Square (PLS) merupakan distribution free (tidak mengansumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, interval, ordia serta rasio). Partial Least Square (PLS) ini menggunakan metode bootstrapping

## RESULT AND DISCUSSION

### Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Hair et al, (2014:102) mengatakan bahwa pada analisis outer model, model dievaluasi untuk verifikasi indikator yang nantinya dapat diuji sehingga indikator dan variabel laten yang digunakan dalam model prediksi memberikan hasil yang valid dan reliable. Indikator reabiliti merupakan nilai



yang menunjukkan seberapa besar variansi yang dapat dijelaskan oleh variabel laten.

Hasil output dari aplikasi Smart-PLS yang dimana pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa dari total 17 indikator dalam penelitian ini terdapat 9 indikator yang dinyatakan tidak valid atau tidak layak digunakan karena nilainya tidak memenuhi syarat nilai loading factor ( $\lambda$ ) yaitu LZ3, LZ4, LZ5, K1, K4, M1, M4, Y2, Y4 sehingga sembilan indikator tersebut harus dihilangkan dari model dan akan dilakukan perhitungan ulang.

Setelah dihilangkan indikator yang dinyatakan tidak valid dan dinyatakan tidak layak digunakan maka terdapat 8 indikator yang diterima dan dinyatakan valid karena nilainya memenuhi syarat nilai loading factor ( $\lambda$ ) yaitu LZ1, LZ2, K2, K3, M2, M4, Y1, Y3.

### **Analisa SEM-PLS**

Convergent Validity adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara indikator dengan perubah latennya. Validitas konvergen pada penelitian ini akan ditentukan dari loading factor ( $\lambda$ ) dan Average Varians Extraced (AVE). Prediktor atau item dinyatakan valid bila nilai loading factor ( $\lambda$ ) antara 0,4 – 0,6 maka dinyatakan cukup, sedangkan jika nilai loading factor ( $\lambda$ )  $\geq$  0,7 maka bisa nyatakan bahwa validitas tersebut tinggi. Prediktor juga akan dinyatakan valid bila nilai Average Vatiance Extracted (AVE)  $>$  0,5.

### **Nilai Loading Faktor**

Hasil loading factor ( $\lambda$ ) pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor ( $\lambda$ ) antara 0,4 – 0,6 (cukup) dan  $\geq$  0,7 (tinggi). Dapat diinterpretasikan bahwa lebih dari 60% dari varian LZ1 dan LZ2. Pada variabel laten kepercayaan dapat menjelaskan varian K2 dan K4 masing masing memiliki 63%. Selanjutnya pada variabel motivasi yaitu pada M2 dan M3 masing masing lebih dari 65% . terakhir pada variabel minat membayar zakat mampu dijelaskan oleh Y1 dan Y2 masing masing lebih dari 67%.



**Tabel 3. Nilai Loading Faktor**

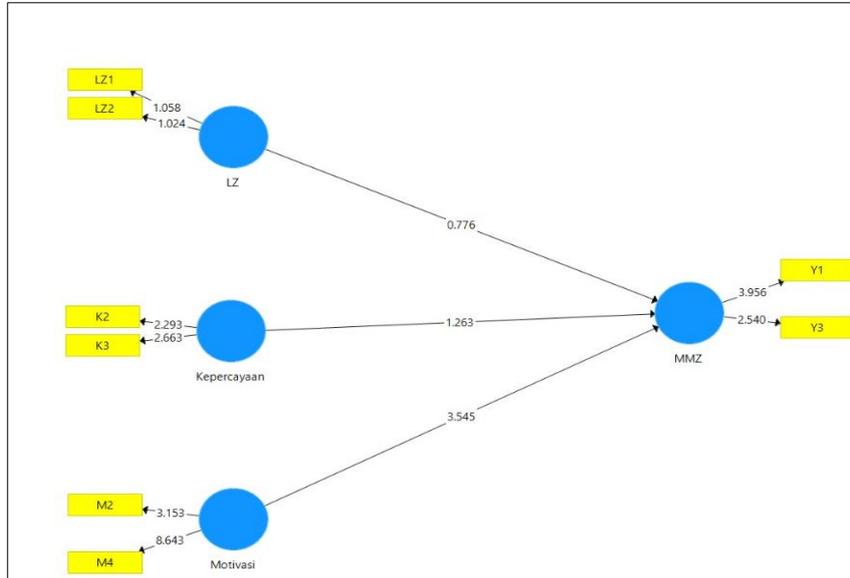
	<b>Literasi Zakat (X1)</b>	<b>Kepercayaan (X2)</b>	<b>Motivasi (X3)</b>	<b>Minat Membayar Zakat (Y)</b>
LZ1	0,772			
LZ2	0,765			
K2		0,675		
K3		0,790		
M2			0,685	
M4			0,864	
Y1				0,787
Y3				0,673

### **Model Struktural Deteminat Minat Pelaku Usaha Membayar Zakat**

Nilai estimasi koefisien jalur dalam model struktural harus signifikan maka untuk mengetahui apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak maka dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik dan p-values. Dengan menggunakan cara tersebut maka estimasi pengukuran dan standar error tidak lagi dihitung dengan asumsi statistik tetapi didasarkan pada observasi empiris. Dalam metode resampling bootstrapping pada penelitian ini, hipotesis diterima jika nilai mutlak statistik t lebih besar atau sama dengan t table (2,024) yang berarti bahwa antar variabel endogen berpengaruh dan atau dengan nilai signifikansi p-value 5% atau  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak begitu pula sebaliknya. Nilai pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut ini:



**Gambar 3 Bootstrapping Determinan Minat Pelaku Usaha Membayar Zakat**



Hasil output yang didapatkan pada semua indikator berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laten. Pengaruh hubungan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen terhadap variabel laten endogen dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4. Pengujian Hipotesis**

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-Rata Sampling (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ( O/STDEV )	P-values
Literasi Zakat → Minat Membayar Zakat	0,169	0,007	0,218	0,776	0,438
Kepercayaan → Minat Membayar Zakat	0,135	0,172	0,107	1,263	0,207
Motivasi → Minat Membayar Zakat	0,361	0,350	0,102	3,545	0,000

Sumber : Data Diolah (2023)



Dalam Tabel diatas dapat dilihat bahwa literasi zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan angka  $0,776 < 2,024$  dan nilai p-bvalue sebesar  $0,438$  yang mana nilai tersebut lebih besar dari  $0,05$  ( $0,438 > 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa literasi zakat (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan literasi zakat (X1) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

Dalam Tabel diatas dapat dilihat bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan  $1,263 < 2,024$  dan nilai p-value sebesar  $0,207$  yang mana nilai tersebut lebih besar dari  $0,05$  ( $0,207 > 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

Dalam analisis, motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan t-statistic lebih besar dari t-tabel dengan menunjukkan angka  $3,545 > 2,204$  dan nilai p-value sebesar  $0,000$  yang mana nilai tersebut lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa motivasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y), maka hipotesis yang menyatakan motivasi (X3) berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa konstruk eksogen literasi zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan angka  $0,776 < 2,024$  dan nilai p-value sebesar  $0,438$  yang mana nilai tersebut lebih besar dari  $0,05$  ( $0,438 > 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa literasi zakat (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan literasi zakat (X1) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu, pada penelitian ini  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak dengan maksud literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil output diatas dapat diartikan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat para pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dikarenakan faktor sosial budaya, yang dimana ada beberapa orang yang tetap membayar zakat secara langsung kepada mustahiq dan ada juga yang membayar ke lembaga zakat lainnya serta ada



yang membayar melalui aplikasi zakat seperti mbanking mobile yang sudah di upgrade agar bisa membayar zakat dengan lebih mudah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuanita dan rachma (2022) yang menyatakan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat dikarenakan beberapa faktor salah satunya itu faktor sosial budaya, dimana masyarakat desa-desa di Sidoarjo masih cenderung menyukai dan melakukan metode penyaluran zakat secara langsung kepada golongan yang berhak mendapatkan zakat. Pertiwi, (2020) mengatakan dari hasil penelitiannya didapatkan bahwa literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Jika literasi yang baik maka akan semakin terbuka pula wawasan para muzzaki atau pelaku usaha mengenai lembaga amil zakat seperti Baitul Mal.

Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih kecil dari t-tabel dengan menunjukkan  $1,263 < 2,024$  dan nilai p-value sebesar 0,207 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,207 > 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y) maka hipotesis yang menyatakan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu pada penelitian ini  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan maksud kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat di Baitul Mal.

Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat para pelaku usaha dalam membayar zakat di Baitul Mal dikarenakan kepercayaan yang dilihat oleh pelaku usaha terhadap Baitul Mal Kota Banda Aceh kurang baik dan tidak efektif maka dari itu para pelaku usaha tidak berminat untuk membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Apabila kepercayaan yang diberikan oleh pihak Baitul Mal Kota Banda Aceh kepada para pelaku usaha sangat baik dan efektif maka tidak menutup kemungkinan para pelaku usaha akan berminat membayar zakat kepada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Pelaku usaha menginginkan kepercayaan yang efisien serta kinerja para anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh yang jelas dan transparan dalam menjalankan semua dana yang terkumpul dalam lembaga Baitul Mal sendiri. Jika pelaku usaha merasa puas terhadap kinerja anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh maka akan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga tersebut tetap sebaliknya jika pelaku usaha tidak puas terhadap kinerja anggota Baitul Mal Kota Banda Aceh maka kepercayaan pelaku usaha terhadap minat membayar zakat pada Baitul Mal tidak akan meningkat. Sejalan dengan penelitian Safitri dan Suryaningsih, (2021) mengatakan didalam penelitiannya bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat, adanya kepercayaan tidak menimbulkan tingkatan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS.



Berdasarkan hasil output menggunakan SmartPLS pada pengujian hipotesis diketahui bahwa konstruk eksogen motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Nilai t-statistic lebih besar dari t-tabel dengan menunjukkan angka  $3,545 > 2,204$  dan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa motivasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat (Y), maka hipotesis yang menyatakan motivasi (X3) berpengaruh terhadap minat membayar zakat (Y) diterima. Oleh karena itu pada penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan maksud motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Di dalam penelitian ini atribut yang sangat mempengaruhi adalah M4 dengan nilai estimate sebesar 0,863 yang menjelaskan bahwa dalam membayar zakat sangat dipengaruhi oleh motivasi.

Berdasarkan hasil output di atas dapat diartikan bahwa motivasi yang di dapatkan oleh pelaku usaha dari dalam diri sendiri sangat berpengaruh terhadap minat pelaku usaha dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Pelaku usaha yang menyaksikan kerabatnya membayar zakat di Baitul Mal maka akan mendapatkan motivasi untuk mengikuti jejak kerabatnya untuk membayar zakat juga pada lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shabri (2017) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang memotivasi muzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal Aceh yaitu budaya, peraturan, motivasi dan pemahaman muzaki tentang zakat secara signifikan dan secara positif mempengaruhi keputusan muzaki untuk membayar zakat di Baitul Mal. Penelitian ini juga di dukung oleh Diyanah (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi membayar zakat seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang membayar zakat. seperti halnya yang dikatakan oleh Asyraf, (2021) bahwa variabel independen (motivasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

## CONCLUSIONS

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, literasi zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan oleh faktor sosial budaya yang dimana para pelaku usaha lebih cenderung membayar zakat secara langsung kepada mustahiq atau membayar langsung melalui lembaga zakat lainnya serta melalui aplikasi zakat lainnya.



Sementara itu kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan kepercayaan yang dilihat oleh pelaku usaha terhadap Baitul Mal Kota Banda Aceh kurang baik dan tidak efektif maka dari itu para pelaku usaha tidak berminat untuk membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha membayar zakat pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini karena pelaku usaha yang menyaksikan kerabatnya membayar zakat di Baitul Mal maka akan mendapatkan motivasi untuk mengikuti jejak kerabatnya untuk membayar zakat juga pada lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Baitul Mal Kota Banda Aceh diharapkan mampu memberikan edukasi mengenai pendayagunaan zakat kepada para pelaku usaha pada pasar Aceh dan pasar Peunayong agar dapat meningkatkan kesadaran dari para pelaku usaha untuk membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

## REFERENCES

- Al Gazali, D. A., & Anwar, A. Z. (2023). Pengaruh literasi zakat terhadap kepercayaan muzakki pada NU Care-Lazisnu cabang Jepara, *8(1)*, 61-72.
- Ali Mahmud Uqaily (2019). *Praktis dan Mudah Menghitung Zakat*. Solo: AQWAM. Hal. 76.
- BAZNAS. (2019). Indeks Literasi Zakat: Teori dan Konsep., 66. Retrieved from PUSKAS BAZNAS. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1020-indeks-literasi-zakat-teori-dan-konsep>
- Choirin, Muhammad, Abdul Aziz Yahya Saoqi, Hidayaneu Farchatunnisa, Ulfah Lathifah, and Fahmi Ali Hudaefi (2019). *Indeks Literasi Zakat : Teori Dan Konsep*. Puskas BAZNAS. Jakarta Pusat.
- Delyana, R. Pulungan. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan., *17(1)*, 56-61.
- Fadia, N., & Rahman, M. A. (2023). Manajemen Serta Fungsi Pada Badan Amil Zakat Dan Lembaga Amil Zakat, *10(1)*, 2-12.
- Farhati, W. L. (2019). Pengaruh pengetahuan muzakki, akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat membayar zakat pada organisasi pengelola zakat.



- Fitri, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif sebagai Instrumen Peningkatan Kesejahteraan Umat., 8(1),149-173.
- Hafidz, AM.M. (2021). *Bisnis Syariah Dan Filantropi Islam*, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon.
- Judge, Robbins, Stephen, P. dan Timothy. (2018). *Perilaku Organisasi*, Edisi Kedua belas, Salemba Empat, Jakarta.
- Junjuran, M. A. (2020). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas Dan IGCG Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat, 06(02).
- Kansil, CST. dan Christine S.T (2020). *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal 15.
- Kurnia, N. (2021). Analisis Literasi Keuangan Dan Literasi Zakat Pada Perilaku Keuangan Masyarakat Muhammadiyah Kota Medan.
- Mahbubatun Nafi'ah, A. S. (2023, juli). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Baznas Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening, 3(No. 1).
- Muhammad, A.R. (2023). Pengetahuan, Religiusitas, Budaya dan Kepercayaan dan Minat Muzakki Membayar Zakat, 7(2), 1688-1706.
- Mursilah, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif pada Bidang Usaha Mikro Sebagai Upaya Pengetasan Kemiskinan Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Pada Badan Amil Zakat Nasional di Kab. Ogan Komering Ulu Timur.
- Nugroho, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi, 8(3), 955-966.
- Pranata, E. O., & Maulana, H. (2024). Exploration of Zakat Management Practices : A Qualitative study in Aceh's Mosques. *I-Philanthropy*, 4(2), 80–97. <https://doi.org/10.19109/iphil.v4i2.25689>
- Pertiwi, I. S. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung, 8(1), 1-9.
- Qalbiah, N. (2013). Perhitungan Zakat Perdagangan dan Pengaruhnya Terhadap Pajak Penghasilan. *Jurnal Inteknal*, XIII
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* by Dr. Khamdan Rifai, SE., M.Si. (z- Lib.Org).
- Robbins, P. S dan Timothy, A. J. (2017). *Perilaku Organisasi Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.



Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat, 4(3).

Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. 8(1), 13-21.

