

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesadaran masyarakat terhadap zakat sebagai kewajiban agama masih sangat bervariasi. Di satu sisi, ada sebagian umat Islam yang menjadikan zakat sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan spiritual mereka. Namun di sisi lain, tidak sedikit yang menganggap zakat sebagai kewajiban yang bisa ditunda, atau bahkan tidak perlu ditunaikan selama tidak ada tekanan sosial atau dorongan langsung dari lingkungan sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap zakat masih belum sepenuhnya merata di tengah masyarakat (Hasanah & Maulida, 2020).

Fenomena lain yang tak kalah mencolok adalah kecenderungan masyarakat menyalurkan zakat secara langsung kepada penerima manfaat tanpa melalui lembaga amil zakat. Alasan yang sering dikemukakan adalah ingin memastikan bahwa zakat benar-benar sampai kepada pihak yang berhak, dan merasa lebih puas bila bisa melihat langsung penerimanya. Meskipun tindakan ini tidak salah secara hukum Islam, tetapi di sisi lain menghambat fungsi pengelolaan zakat secara kolektif yang sebenarnya jauh lebih strategis dalam menjawab persoalan kemiskinan secara sistemik. Kebiasaan ini juga memperlihatkan adanya persoalan kepercayaan terhadap lembaga amil zakat yang belum sepenuhnya terbangun (Najiyah et al., 2022).

Dalam dinamika sosial masyarakat perkotaan maupun pedesaan, keputusan seseorang untuk membayar zakat sering kali tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan finansial semata, tetapi juga oleh nilai-nilai budaya, tradisi lokal, dan persepsi kolektif tentang praktik keagamaan. Misalnya, dalam komunitas tertentu, berzakat dianggap cukup hanya dilakukan saat bulan Ramadan, sementara dalam komunitas lain ada pengaruh tokoh agama lokal yang mampu membangkitkan kesadaran kolektif untuk berzakat lebih teratur (Fauzi & Nurdin, 2022).

Kondisi ini semakin kompleks dengan perkembangan teknologi informasi. Di satu sisi, kemudahan akses informasi dan munculnya platform zakat digital

semestinya dapat mendorong partisipasi masyarakat. Namun realitanya, keberadaan teknologi belum tentu menjawab persoalan mendasar yang lebih bersifat psikologis dan sosiologis, seperti keengganan, kurangnya pengetahuan, atau bahkan sikap apatis terhadap kewajiban zakat. Dalam banyak kasus, orang-orang yang melek teknologi pun belum tentu memiliki inisiatif untuk menyalurkan zakatnya melalui platform digital resmi (Basri & Huda, 2023).

Berbagai fenomena tersebut menggambarkan bahwa persoalan zakat di Indonesia tidak bisa hanya dilihat dari sisi kelembagaan atau ekonomi, tetapi juga dari aspek pemahaman, sikap, dan nilai-nilai yang hidup di masyarakat (Arif & Haneef, 2022). Oleh karena itu, upaya peningkatan penghimpunan zakat perlu mempertimbangkan secara serius faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menunaikan kewajiban ini secara terstruktur dan berkelanjutan.

Potensi zakat di Indonesia sangat tinggi, namun hal ini belum diimbangi oleh realisasi penghimpunannya yang optimal, dibuktikan dengan tabel berikut :

Tabel 1 Statistik Penerimaan Zakat Nasional BAZNAS RI

NO	TAHUN	POTENSI	REALISASI / PENCAPAIAN	
		(Dalam Triliun Rupiah)	Pengumpulan terdiri atas pengumpulan BAZNAS (Pusat), 34 BAZNAS Provinsi, serta 514 BAZNAS Kabupaten/Kota	%
1	2019	233,8	Rp 10.227.943.806.555	4,37%
2	2020	327,6	Rp 12.510.956.821.116	3,82%
3	2021	327,6	Rp 14.118.195.652.300	4,31%
4	2022	327,6	Rp 14.222.002.607.119	4,34%

Sumber: Statistik Zakat Nasional Baznas RI Tahun 2019 sampai dengan 2022.

Pusat Kajian Strategis Baznas RI (Outlook Zakat Indonesia)

Badan pengelolaan zakat mempunyai eksistensi yang penting dalam penyaluran zakat di Indonesia. Badan tersebut didirikan mulai dari tingkat nasional, provinsi, kabupaten/kota hingga tingkat desa. Akan tetapi. Peningkatan pendirian lembaga pengelolaan zakat belum diiringi dengan kenaikan tingkat kolektibilitas yang signifikan. Pada kenyataannya realisasi penghimpunan zakat masih sangat jauh dari potensi serta harapan. Hal tersebut dikarenakan pengelolaan zakat serta manajemen zakat yang dilakukan oleh lembaga zakat masih kurang baik (Dwi, 2019).

Selain problematika pada tingkat nasional, kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat juga tampak di tingkat daerah, termasuk di Kabupaten Cirebon. Salah satu lembaga amil zakat yang beroperasi secara aktif di wilayah ini adalah Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu). Berdasarkan hasil observasi dan data lapangan, tingkat penghimpunan zakat di Lazismu Kabupaten Cirebon masih belum optimal bila dibandingkan dengan potensi zakat dari kalangan warga Muhammadiyah yang cukup besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian warga Muhammadiyah yang memiliki kemampuan ekonomi memadai, namun belum sepenuhnya menyalurkan zakatnya melalui Lazismu.

Pemilihan warga Muhammadiyah sebagai fokus penelitian didasarkan pada beberapa alasan penting. Pertama, secara ideologis dan kelembagaan, Muhammadiyah memiliki komitmen kuat terhadap pengelolaan zakat melalui lembaga resmi. Warga Muhammadiyah dikenal memiliki tingkat pemahaman keagamaan yang rasional, berorientasi pada amal usaha, dan memiliki struktur organisasi yang mapan hingga tingkat daerah. Kedua, secara empiris, warga Muhammadiyah Kabupaten Cirebon memiliki potensi ekonomi dan religiusitas yang relatif tinggi, namun realisasi pembayaran zakat melalui Lazismu masih belum sebanding dengan potensinya. Hal ini menimbulkan pertanyaan akademik sekaligus praktis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat warga Muhammadiyah dalam menyalurkan zakatnya melalui Lazismu.

Sementara itu, Lazismu Kabupaten Cirebon dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik yang representatif dan relevan dengan tujuan penelitian ini. Lazismu merupakan lembaga resmi yang memiliki legitimasi dari organisasi besar Islam, serta berfungsi sebagai wadah pengelolaan zakat, infak, dan sedekah untuk kepentingan sosial dan dakwah. Namun demikian, meskipun telah memiliki jaringan dan basis jamaah yang kuat, tingkat partisipasi muzaki dari kalangan warga Muhammadiyah masih perlu ditingkatkan. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat kepercayaan, religiusitas, dan kemampuan ekonomi dengan minat aktual untuk menunaikan zakat melalui lembaga resmi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat membayar zakat melalui

Lazismu Kabupaten Cirebon, dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) sebagai landasan teoretisnya.

Dibentuknya sebuah Badan Amil Zakat di Indonesia ini ternyata belum menjawab masalah pengentasan kemiskinan. Salah satu dampaknya adalah ketidakpuasan muzakki dalam menggunakan jasa BAZ sebagai sarana dalam menyalurkan kewajiban zakatnya sehingga menimbulkan sebuah alternative perilaku dalam penyaluran zakat yaitu penyaluran zakat yang dilakukan secara individu dimana muzaki akan mencari mustahik secara individu pula. Jadi, perlu adanya optimalisasi peran dan fungsi dari BAZ (Waldelmi, 2018).

Tabel 2 Statistik Penerimaan Zakat Nasional Badan Amil Zakat Swasta di Indonesia

NO	LEMBAGA AMIL ZAKAT	TAHUN				PERTUMBUHAN DARI TAHUN 2019 KE TAHUN 2022 %
		2019	2020	2021	2022	
1	DOMPET DHUAFA	Rp 215.801.304.053	Rp 204.546.161.071	Rp 211.766.883.962	Rp 211.108.015.845	-2%
2	LAZIS NAHDLATUL ULAMA	Rp 71.773.509.648	Rp 77.518.921.111	Rp 114.942.857.607	Rp 178.015.871.636	148%
3	PANTI YATIM INDONESIA	Rp 7.368.132.696	Rp 7.508.312.609	Rp 6.285.640.338	Rp 6.772.716.169	-8%
4	LAZIS MUHAMMADIYAH	Rp 51.867.885.176	Rp 63.022.250.168	Rp 76.080.150.492	Rp 107.542.069.298	107%
5	RUMAH ZAKAT INDONESIA	Rp 199.501.255.609	Rp 223.144.145.509	Rp 201.652.804.115	Rp 196.053.712.188	-2%
6	RUMAH YATIM ARROHMAN INDONESIA	Rp 43.031.237.943	Rp 61.541.309.735	Rp 53.064.125.766	Rp 47.315.644.577	10%
7	LAZ PERSIS	Rp 62.211.838.799	Rp 50.679.114.758	Rp 55.348.337.567	Rp 61.292.732.737	-1%
8	PPPA DARUL QUR'AN	Rp 5.390.542.213	Rp 5.653.479.254	Rp 6.501.442.783	Rp 2.794.663.718	-48%

Sumber: Diolah dari berbagai sumber Annual Report.

Manajemen pengelolaan yang kurang tepat akan menyebabkan citra lembaga zakat tersebut menjadi buruk sehingga antusias masyarakat terhadap zakat juga menurun. Masyarakat lebih cenderung memberikan zakatnya langsung kepada mustahik tanpa melalui lembaga atau amil dengan alasan zakat tersebut akan disalurkan secara langsung dan jelas arahnya (Koto, 2024).

Problem utama rendahnya minat masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat adalah kesadaran dan pemahaman akan arti pentingnya membayar zakat (Nasution, 2017). Hal tersebut mengakibatkan minimnya pengetahuan untuk secara sukarela mensucikan harta yang dimiliki dan menjadikan zakat sebagai suatu kebutuhan dan kewajiban bagi muzakki. Di era pengetahuan yang semakin terbuka dengan teknologi informasi. Tantangan utama lembaga amil zakat adalah bukan terletak pada sekedar pengetahuan dari calon muzakki tapi lebih kepada kesadaran dan inisiatif untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat resmi harus tetap disosialisasikan sehingga para calon muzakki membayar zakat di lembaga amil zakat resmi.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh lembaga zakat pada saat ini adalah para muzakki lebih senang memberikan zakatnya secara langsung kepada para mustahik. Mereka merasa lebih tenang melakukan itu karena dapat memberikan kepada yang berhak secara langsung. Sedangkan apabila melalui lembaga pengelola zakat. mereka khawatirkan apabila terjadi kesalahan ataupun zakat yang mereka keluarkan tidak dapat tersalurkan kepada orang yang tepat. Permasalahan ini terjadi disebabkan oleh minimnya kepercayaan masyarakat terhadap badan pengelola zakat yang berada di daerah mereka. Kepercayaan masyarakat memainkan peran penting dalam keberhasilan pengelola zakat (Najiyah et al., 2022).

Jika setiap umat Islam menyadari tentang kewajiban berzakat dan mengetahui berbagai macam manfaat yang akan diperoleh dengan berzakat pada LAZ, maka potensi zakat seharusnya tercapai. Kemudian, lebih penting lagi adalah bahwa dana zakat yang ada pada LAZ tidak hanya terkumpul secara optimal, namun diharapkan terjadi distribusi yang adil diantara penerima zakat, sehingga manfaatnya lebih terasa (Irwan et al., 2019).

Permasalahan rendahnya tingkat penerimaan zakat di Indonesia mengarah pada pertanyaan mendasar terkait faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Salah satu faktor penting yang diyakini berpengaruh adalah tingkat religiusitas. Religiusitas mencerminkan sejauh mana seseorang memiliki komitmen terhadap ajaran agama dan bagaimana nilai-nilai agama tersebut memengaruhi perilakunya, termasuk dalam hal menunaikan zakat.

Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih sadar dan berkomitmen dalam menjalankan kewajiban agama seperti zakat (Amir, & Mohammad, 2022).

Selain religiusitas, pemahaman tentang zakat profesi juga berperan penting dalam memengaruhi minat membayar zakat. Pemahaman yang baik mengenai konsep, aturan, dan ketentuan zakat profesi akan mendorong individu untuk menunaikannya secara rutin. Kurangnya literasi zakat profesi di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan profesional, dapat menjadi hambatan utama dalam upaya optimalisasi pengumpulan zakat profesi. Rendahnya pemahaman ini sering kali disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan pendidikan mengenai zakat, baik dari lembaga pengelola zakat maupun dari pihak-pihak lain yang berkepentingan (Fauzi, & Nurdin, 2022).

Lingkungan sosial juga dapat memengaruhi minat membayar zakat. Dalam masyarakat, norma dan nilai-nilai sosial sering kali memengaruhi perilaku individu, termasuk dalam menunaikan zakat. Individu yang berada dalam lingkungan sosial yang mendukung dan aktif dalam kegiatan keagamaan, termasuk zakat, cenderung lebih termotivasi untuk ikut serta. Sebaliknya, mereka yang berada dalam lingkungan sosial yang kurang memperhatikan kewajiban agama mungkin kurang ter dorong untuk membayar zakat, meskipun mereka memiliki kemampuan finansial yang memadai (Hasanah, & Maulida, 2020).

Pendapatan individu juga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemampuan dan minat membayar zakat. Dalam hukum Islam, zakat wajib ditunaikan oleh individu yang telah mencapai batas nishab, yaitu jumlah harta minimum yang dikenakan zakat. Oleh karena itu, secara teoritis, semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menunaikan zakat. Namun, realitas menunjukkan bahwa tidak semua orang dengan pendapatan yang memadai membayar zakat secara rutin, yang mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar pendapatan yang mempengaruhi perilaku zakat (Arif, & Haneef, 2022).

Literasi zakat menjadi faktor lain yang turut memengaruhi minat membayar zakat. Tingkat literasi zakat berkaitan dengan sejauh mana seseorang memahami ketentuan, syarat, dan mekanisme pembayaran zakat. Individu yang

memiliki literasi zakat yang baik cenderung lebih memahami pentingnya zakat dan bagaimana cara menunaikannya dengan benar, sehingga mereka lebih termotivasi untuk membayar zakat secara teratur (Hasanah, & Maulida, 2020).

Di sisi lain, faktor eksternal seperti kualitas pelayanan lembaga zakat juga sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi. Lembaga amil zakat yang memberikan pelayanan berkualitas, transparan, dan profesional cenderung mendapatkan kepercayaan lebih dari masyarakat. Kualitas pelayanan ini mencakup aspek kemudahan dalam pembayaran zakat, transparansi laporan keuangan, serta efektivitas penyaluran zakat kepada yang berhak menerimanya (mustahik). Pelayanan yang buruk atau tidak memadai dapat menurunkan kepercayaan masyarakat dan membuat mereka enggan menyalurkan zakat melalui lembaga (Yusri et al., 2020).

Akuntabilitas lembaga zakat juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Akuntabilitas mencakup sejauh mana lembaga zakat mampu mempertanggungjawabkan pengelolaan dana zakat yang diterima, termasuk bagaimana dana tersebut disalurkan dan digunakan untuk kepentingan umat. Rendahnya akuntabilitas dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan mengurangi minat masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui lembaga (Ismail, & Yusoff, 2021).

Brand awareness atau kesadaran merek lembaga zakat juga turut memengaruhi minat masyarakat. Lembaga zakat yang memiliki brand awareness yang tinggi biasanya lebih dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Kesadaran ini terbentuk melalui berbagai upaya promosi dan edukasi yang dilakukan oleh lembaga zakat. Citra lembaga yang positif, baik dari sisi profesionalisme maupun integritas, juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut (Basri, & Huda, 2023).

Kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat merupakan faktor terakhir yang tak kalah penting. Kepercayaan ini berkaitan dengan keyakinan masyarakat bahwa lembaga zakat akan mengelola dana zakat secara benar, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut (Rahman, & Zakaria, 2020).

Terkait dengan penelitian yang dilakukan, ditemukan beberapa hasil penelitian dan jurnal yang bisa dijadikan pembanding dengan penelitian yang sedang dilakukan. Antara lain hasil penelitian (Syafitri et al., 2021), bahwasanya tingkat religiusitas dan pendapatan memiliki pengaruh pada keputusan mengeluarkan ZIS. Sama dengan hasil penelitian (Salmawati & Fitri, 2018) yaitu bahwasanya Faktor Pendapatan, Religiusitas, Kualitas pelayanan dan Akuntabilitas mempunyai pengaruh terhadap minat muzakki untuk membayar zakat. Didukung oleh (Obit, Mustafa, 2024) dengan penelitiannya bahwa Tingkat kepercayaan, Brand Awareness secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pembayaran zakat. Diperkuat dengan penelitian (Nur'aini & Ridla, 2015) bahwa kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki untuk menyalurkan zakat. Juga oleh penelitian (Suryadi & Rimet, 2023) bahwa variabel pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, tingkat keimanan, kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayarkan zakat. Penelitian (Pertiwi, 2020) dan (Fuad & Trisnawang Angelista, 2022) juga mengatakan bahwa pemahaman zakat profesi, lingkungan sosial, Pendapatan, literasi zakat dan Kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayarkan zakat.

Penelitian di atas bertolak belakang pada hasil penelitian (Safitri & Suryaningsih, 2022), dari hasil pengujian hipotesisnya mendapatkan kesimpulan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat zakat. Juga diperkuat oleh hasil penelitian (Tho'in & Marimin, 2019) yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat, dan tingkat religiusitas berpengaruh terhadap variabel minat membayar zakat. Hasil penelitian (Pospos, 2018) juga mengakatan bahwa variabel tingkat pendapatan dan tingkat kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat.

Berdasarkan keterangan di atas tentang penelitian terdahulu maka muncul research gap ialah pada variabel religiusitas, pemahaman zakat profesi, lingkungan sosial, Pendapatan, literasi zakat, Kualitas pelayanan, Akuntabilitas, Brand Awareness, citra lembaga, tingkat keimanan, dan Kepercayaan masih bertentangan antara peneliti satu dengan peneliti lainnya oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, agar dapat diketahui hasil penelitian manakah

yang dapat didukung. Oleh karena itu penulis akan mencoba melakukan serangkaian penelitian yang mencoba mengangkat masalah ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan terlebih dahulu, maka ditemukan masalah-masalah penelitian. Berikut ini adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Rendahnya minat masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat disebabkan oleh kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat oleh lembaga, yang memicu preferensi muzakki untuk menyalurkan zakat langsung kepada mustahik.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang zakat, terutama zakat profesi, berperan dalam menghambat optimalisasi pengumpulan zakat di lembaga zakat.
3. Religiusitas sebagai faktor penting yang diduga memoderasi hubungan antara tingkat pendapatan dan kepercayaan dengan minat membayar zakat, masih menunjukkan hasil penelitian yang kontradiktif.
4. Tingkat pendapatan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat masih belum sepenuhnya mendorong perilaku pembayaran zakat melalui lembaga, dengan adanya hasil penelitian yang bertentangan.
5. Faktor eksternal lain, seperti kualitas pelayanan dan akuntabilitas lembaga amil zakat, juga memainkan peran penting, namun kurangnya transparansi dan profesionalisme lembaga zakat menurunkan minat masyarakat untuk berzakat melalui lembaga tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi rumusan masalah yang akan penulis bahas didalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah tingkat pendapatan warga Muhammadiyah berpengaruh terhadap minat mereka dalam membayar zakat di Lazismu Kabupaten Cirebon?

2. Apakah tingkat kepercayaan warga Muhammadiyah berpengaruh terhadap minat mereka dalam membayar zakat di Lazismu Kabupaten Cirebon?
3. Apakah tingkat religiusitas warga Muhammadiyah di Kabupaten Cirebon memoderasi hubungan antara pendapatan dan minat membayar zakat di Lazismu?
4. Apakah tingkat religiusitas warga Muhammadiyah memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap Lazismu dan minat membayar zakat?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan warga Muhammadiyah terhadap minat membayar zakat melalui Lazismu Kabupaten Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan warga Muhammadiyah terhadap Lazismu Kabupaten Cirebon dalam menentukan minat mereka untuk menyalurkan zakat.
3. Untuk menguji apakah tingkat religiusitas memoderasi hubungan antara tingkat pendapatan dan minat membayar zakat melalui Lazismu Kabupaten Cirebon.
4. Untuk menguji apakah tingkat religiusitas memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap Lazismu dan minat membayar zakat di kalangan warga Muhammadiyah Kabupaten Cirebon.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalah dan tujuan penelitian di atas, pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis, antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis :

- a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat membayar zakat melalui lembaga amil

zakat, khususnya dengan menyoroti peran pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas sebagai variabel moderasi.

- b. Kontribusi terhadap Teori Zakat: Hasil penelitian ini dapat memperkaya teori terkait dengan perilaku pembayaran zakat, terutama dalam konteks zakat pada lembaga formal seperti Lazismu, dan bagaimana religiusitas memoderasi faktor-faktor ekonomi dan sosial dalam menentukan minat membayar zakat.
- c. Pembahasan Kontekstual: Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis khusus pada konteks lokal, yaitu warga Muhammadiyah di Kabupaten Cirebon, yang dapat menjadi acuan bagi penelitian serupa di daerah lain dengan situasi yang berbeda.

2. Secara Praktis :

- a. Rekomendasi bagi Lazismu Kabupaten Cirebon: Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi Lazismu dalam merancang strategi peningkatan minat warga Muhammadiyah untuk menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut, terutama melalui peningkatan kepercayaan dan pendekatan religiusitas.
- b. Peningkatan Pemahaman Muzakki: Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya warga Muhammadiyah di Kabupaten Cirebon, mengenai pentingnya membayar zakat melalui lembaga amil zakat yang resmi, serta bagaimana faktor-faktor seperti religiusitas dan kepercayaan dapat memperkuat kesadaran berzakat.
- c. Pengembangan Kebijakan Lembaga Amil Zakat: Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh lembaga amil zakat lainnya dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk menarik muzakki dan meningkatkan pengumpulan zakat, dengan memperhatikan faktor pendapatan, kepercayaan, dan religiusitas.
- d. Bahan Evaluasi Lembaga Zakat: Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Lazismu dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, akuntabilitas, dan transparansi lembaga, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat.

F. Batasan Masalah

Untuk membatasi penelitian ini agar tidak keluar dari permasalahan dan berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis membatasinya dengan:

1. Penelitian ini dilaksanakan mulai pada bulan Maret 2025 dan menjadikan Lazismu Kabupaten Cirebon sebagai objek penelitian.
2. Warga Muhammadiyah yang seharusnya menjadi muzakki utama Lazismu Kabupaten Cirebon merupakan subjek penelitian.
3. Variabel Religiusitas, Pendapatan, dan Kepercayaan yang akan menjadi fokus penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan tesis.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang relevan dengan variabel-variabel penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir yang mendasari hipotesis, serta rumusan hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Adapun teknik analisis data yang digunakan meliputi:

1. Analisis deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian.
2. Uji validitas dan reliabilitas, untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan.

3. Uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sebagai prasyarat analisis regresi.
4. Analisis regresi moderasi, untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderasi.
5. Uji hipotesis, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan simultan.
6. Koefisien determinasi (R^2), untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dan moderasi terhadap variabel dependen.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang diperoleh dari responden, dimulai dari deskripsi data, uji validitas dan reliabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi moderasi, serta pembahasan atas hasil temuan dengan merujuk pada teori dan hasil penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi penelitian secara teoritis maupun praktis, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian berikutnya serta bagi lembaga yang menjadi objek penelitian.

