

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

Hipotesis pertama yakni pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan hal yang penting dalam motivasi muzakki membayar zakat profesi, berarti semakin tinggi pengetahuan mengenai zakat profesi maka semakin tinggi pula motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, dan sebaliknya semakin rendah pengetahuan muzakki mengenai zakat profesi maka semakin rendah pula motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

Sebagaimana disebutkan dalam teori yang mengemukakan bahwa informasi yang dipegang oleh konsumen mengenai produk akan sangat mempengaruhi pola konsumsi. Pemasar juga harus mempertimbangkan pengetahuan pembelian berkenaan dengan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen mengenai dimana dan kapan pembelian harus terjadi.¹⁴⁹ Adapun informasi muzakki mengenai zakat profesi khususnya dan zakat

¹⁴⁹ Amir Mu'allim, "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah", *Al-Mawarid*, Edisi X Tahun 2003, hal. 27.

profesi sebagai produk BAZNAS Kabupaten Tulungagung sangat penting dalam mempengaruhi motivasi muzakki membayar zakat profesi. Semakin tinggi pengetahuan muzakki mengenai zakat profesi akan menyebabkan muzakki semakin termotivasi membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

Selain itu, pengetahuan muzakki mengenai produk zakat profesi BAZNAS Kabupaten Tulungagung beserta pentasharruffannya yang dikelola dengan transparan dan profesional menjadikan muzakki semakin percaya dan termotivasi untuk membayarkan zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Dengan membayarkan zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, muzakki mendapatkan laporan pertanggungjawaban dalam bentuk buletin yang terbit setiap semester dan muzakki juga mendapatkan bukti setor pembayaran zakat profesi pada setiap pembayarannya.

Pengetahuan diperoleh dari proses belajar di bangku sekolah, dan/ lewat berbagai wahana kependidikan yang lain.¹⁵⁰ Untuk meningkatkan pengetahuan muzakki agar semakin termotivasi untuk membayarkan zakat profesi dapat dilakukan dengan memberikan materi atau sosialisasi mengenai zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, baik kepada muzakki aktif maupun kurang aktif dan kepada masyarakat umum. Pelajar maupun mahasiswa juga perlu untuk diedukasi mengenai zakat profesi dan kewajibannya, hal ini dapat memberikan kesadaran akan kewajiban zakat

¹⁵⁰ Abeng Tanri, *Dari Meja Tanri Abeng.....*, hal. 3.

sejak dini dan dapat menerapkannya saat sudah masuk dalam dunia kerja kelak. Dengan demikian, semakin banyak yang mengetahui arti penting zakat profesi menjadikannya semakin termotivasi membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

Dengan meningkatnya muzakki yang mau membayarkan zakat profesi di BAZNAS maka zakat yang didistribusikan pun semakin banyak, sehingga kesejahteraan mustahik semakin meningkat. Karena salah satu keuntungan pengelolaan zakat oleh lembaga pengelola zakat adalah untuk mencapai efisien dan efektivitas serta sasaran yang tepat dalam penggunaan harta zakat menurut skala prioritas yang ada pada suatu tempat. Jika zakat diserahkan langsung dari muzakki kepada mustahik meskipun secara hukum syariah adalah sah, akan tetapi di samping akan terabaikannya hal di atas, terutama berkaitan dengan kesejahteraan umat akan sulit terwujud.¹⁵¹

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Satrio dan Siswanto mengenai *Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan muzakki membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat ditentukan oleh tingkat religiusitas masyarakat itu

¹⁵¹ Didin Hafidhudin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, 2002, hal. 126.

sendiri, yaitu pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya berzakat yang merupakan salah satu dari rukun Islam yang harus ditaati. Faktor ini berkaitan erat dengan tingkat pendidikan seseorang, terutama terkait dengan pendidikan agama. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari pemerintah dalam pembentukan kurikulum agar pentingnya berzakat bisa lebih ditanamkan seawal mungkin dalam pendidikan.¹⁵²

Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yakni penelitian tersebut dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh faktor pendapatan yang diperoleh individu, tingkat kepercayaan muzakki kepada Lembaga Amil Zakat dan tingkat religiusitas muzakki itu sendiri terhadap minat masyarakat membayar zakat penghasilan melalui Lembaga Amil Zakat, dengan responden para pegawai yang bekerja di Gedung Bursa Efek Indonesia, di wilayah Kawasan Niaga Terpadu Sudirman.

Penelitian ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Mukhlis dan Beik tentang *Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor*. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa faktor tingkat pemahaman agama mampu menerangkan keragaman data. Semakin baik pemahaman agama seseorang seharusnya membuat ia semakin termotivasi untuk menunaikan zakat. Karena ia sudah mengerti bahwa membayar zakat adalah sebuah kewajiban, ia mengetahui balasan-balasan kebaikan yang akan dia

¹⁵² Eka Satrio dan Dodik Siswantoro, “Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat”, *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, Lampung, 2016, hal. 20.

dapatkan jika membayar zakat, dan mengetahui hukuman-hukuman bagi mereka yang tidak mau membayar zakat padahal mereka mampu. Responden yang termasuk ke dalam faktor ini adalah responden yang rutin membaca buku agama, rutin hadir di majelis ilmu, dan sholat fardhu berjamaah di mesjid minimal 3 kali sehari. Seseorang yang rutin membaca buku-buku agama maka hal ini akan menambah pengetahuan mereka tentang agamanya, yang kemudian menciptakan kesadaran pada dirinya untuk melakukan berbagai macam kebaikan termasuk membayar zakat.¹⁵³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan membayar zakat dengan melalui pemberian kuesioner dan wawancara terhadap 100 responden (masyarakat) di wilayah Kabupaten Bogor.

Majid dalam studinya yang berjudul *The Motivation of Muzakki to Pay Zakah: Study at The Baitul Mal Aceh* diketahui keputusan muzakki membayar zakat di Baitul Mal Aceh dipengaruhi oleh variabel pengetahuan. Pengetahuan atau pemahaman muzakki mengenai kewajiban zakat merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan muzakki untuk membayar zakat di Baitul Mal. Semakin tinggi tingkat pemahaman mengenai zakat maka kecenderungan muzakki untuk membayar zakat juga semakin meningkat. Pengetahuan mengenai zakat ini meliputi nisab, *haul*, jenis-jenis zakat dan sebagainya. Penelitian ini senada

¹⁵³ Ahmad Mukhlis dan Irfan Syauqi Beik, Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor, *Jurnal al-Muzara'ah*, Vol I, No. 1, 2013, hal. 96-97.

dengan Karsino dan Jahrotunasipah bahwa pemahaman tentang zakat berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembayaran zakat.¹⁵⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian ini bermaksud menguji pengaruh budaya, motivasi, regulasi dan pengetahuan terhadap pembayaran zakat oleh muzakki di Baitul Mal Aceh, Indonesia dengan pembagian 300 kuesioner kepada mereka yang pernah membayar zakat di Baitul Mal Aceh dan 300 kuesioner kepada tidak pernah membayar zakat di Baitul Mal Aceh dengan berbagai macam mata pencaharian seperti PNS, pegawai perusahaan swasta, pedagang dan pekerja lainnya.

Kajian ilmiah yang dilakukan oleh Dianingtyas mengenai *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Karyawan Membayar Zakat Profesi Melalui Pemotongan Gaji*, dari kajian ini diketahui bahwa variabel pengetahuan agama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kesiediaan karyawan membayar zakat profesi secara langsung melalui pemotongan gaji.¹⁵⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dilaksanakan di Direktorat Jenderal Perbendaharaan Negara Departemen Keuangan Republik Indonesia.

¹⁵⁴ M. Shabri Abd. Majid, “*The Motivation of Muzakki to Pay Zakah: Study at The Baitul Mal Aceh*”, dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 6 (1), April 2017, hal. 173-174.

¹⁵⁵ Anindita Dianingtyas, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Karyawan Membayar Zakat Profesi Melalui Pemotongan Gaji (Studi Kasus Direktorat Jenderal Perbendaharaan Negara Departemen Keuangan Republik Indonesia)”, dalam *Media Ekonomi*, Vol. 19, No. 3, Desember 2011, hal. 87-88.

B. Pengaruh Kesadaran terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

Hipotesis kedua yakni kesadaran berpengaruh tidak signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran berpengaruh tidak signifikan atau bahkan memiliki pengaruh namun sangat kecil terhadap motivasi. Dalam hal ini, ketidaksignifikanan pengaruh kesadaran terhadap motivasi dapat disebabkan oleh masih kurangnya kesadaran muzakki untuk mengeluarkan zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung setelah mencapai nisab. Sebagaimana angket responden yang menyatakan nilai skor pada poin tersebut masih rendah. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan muzakki mengenai nisab zakat profesi yang masih rendah. Hal ini terjadi karena muzakki pada beberapa instansi mengeluarkan zakat profesi dengan cara memotong 2,5% atas gaji yang diterima pegawai setiap bulannya dan dilaksanakan oleh bendahara umum masing-masing instansi. Dengan demikian, muzakki pada instansi tersebut setiap bulannya sudah menerima gaji bersih, sehingga wajar jika muzakki kurang mengetahui besaran nisab zakat profesi disebabkan pemotongan secara langsung dilakukan oleh bendahara umum instansi.

Karena membayar zakat merupakan ibadah wajib untuk umat Islam, maka menghitung berapa besar zakat yang harus dibayar dapat dilakukan sendiri dengan penuh kesadaran iman dan takwa (*self*

assesment).¹⁵⁶ Agar hal ini dapat berjalan dengan baik, hendaknya didukung oleh pengetahuan yang memadai mengenai zakat profesi, baik arti penting atau manfaat zakat profesi, nisab, cara menghitung besaran zakat profesi yang harus dikeluarkan, dan sebagainya. Karena menghitung besar zakat profesi secara *self assesment* ini tidak dapat dilakukan secara cuma-cuma, tetapi sudah diatur oleh PMA No. 52 Tahun 2014. Untuk itu, sosialisasi dan pengenalan serta pelatihan mengenai zakat profesi perlu dilaksanakan secara *continue* agar para muzakki yang telah maupun belum membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung dapat mengetahui dan mengimplementasikan hal ini dengan baik demi tercapainya kesejahteraan yang merata dalam masyarakat.

Sedangkan pada UPTD Ngunut, pembayaran zakat profesi dilakukan langsung oleh muzakki dikeluarkan secara tunai tanpa menggunakan patokan 2,5% tersebut, dengan demikian menurut muzakki besaran zakat profesi yang dikeluarkan tidak tetap (hanya 2,5% dari gaji saja) setiap bulannya, bahkan bisa lebih dari itu sesuai dengan kemampuan dan keikhlasan dari muzakki. Semakin besar pendapatan yang diterima muzakki maka zakat profesi yang dikeluarkan oleh muzakki dapat lebih besar. Menurut penulis, hendaknya zakat profesi tetap dikeluarkan sesuai dengan besar kewajibannya yaitu 2,5% dari pendapatan yang diterima. Adapun jika muzakki ingin mengeluarkan lebih dari itu, maka kelebihan itu disebut sebagai shadaqah. Karena Islam telah menetapkan bahwa besar

¹⁵⁶ Gusfahmi, Pajak Menurut Syariah..., hal. 61.

zakat profesi disamakan dengan zakat kekayaan emas, perak dan uang kertas yaitu sebesar 2,5%.¹⁵⁷

Mengenai pengetahuan muzakki yang masih rendah mengenai zakat profesi khususnya nisab zakat profesi ini, maka diperlukan sosialisasi maupun seminar lebih lanjut mengenai kewajiban, arti penting dan segala sesuatu mengenai zakat profesi kepada para muzakki. Dengan demikian dapat meningkatkan kesadaran muzakki untuk membayarkan zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Selain itu, juga dapat mendukung pelaksanaan pembayaran zakat profesi yang baik dan sesuai syariat, baik dilakukan dengan pemotongan secara langsung dari bendahara umum kantor maupun dilakukan dengan mandiri oleh para muzakki.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kurde yang menyatakan bahwa upaya untuk menumbuhkan kesadaran berzakat di kalangan PNS dan staff perusahaan dapat dilakukan berbagai cara. Pertama, memberikan wawasan (*know how*) yang benar dan memadai tentang zakat, infaq dan shadaqah, baik dari segi *epistimology*, *terminology* maupun kedudukannya dalam ajaran Islam. Kedua, manfaat (*benefit*) serta hajat (*need*) dari zakat, infaq dan shadaqah, khususnya untuk pelakunya maupun para *mustahiq* zakat.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Sahri Muhammad, *Mekanisme Zakat dan Permodalan Masyarakat Miskin.....*, hal.32-36.

¹⁵⁸ Nukthoh Arfawie Kurde, *Memungut Zakat dan Infaq Profesi oleh Pemerintah Daerah.....*, hal. 38-39.

Mengingat kewajiban zakat khususnya zakat profesi pada setiap muslim¹⁵⁹ yang memiliki pendapatan yang mencapai nisab (setara emas 85 gram) dan sudah mencapai haul¹⁶⁰. Zakat profesi merupakan kewajiban karena dalam harta setiap manusia terdapat hak orang lain. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah dalam surat Az-Zariyat ayat 19 berikut.

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

”dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”.¹⁶¹

Dari ayat tersebut di atas dapat diketahui bahwa di dalam harta kita terdapat bagian dari harta orang lain, yaitu orang yang meminta-minta dan orang yang tidak meminta-minta. Selain itu, dengan menunaikan zakat profesi atas pendapatan yang kita terima, maka kita telah mendapatkan manfaat keamanan dan ketentraman karena kita telah menunaikan salah satu kewajiban kita sebagai seorang muslim.

Hal ini karena salah satu pembentuk kesadaran adalah ketaqwaan kepada Allah SWT. Takwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa merupakan jalan ruhani yang ditempuh manusia untuk mencapai kesadaran terhadap diri. Menurut M. Iqbal, takwa terhadap Tuhan diartikan dengan taat kepada hukum yang dibawah oleh Nabi Muhammad SAW, salah satu

¹⁵⁹ Gusfahmi, *Pajak Menurut Syariah*, (Jakarta: Rajawali, 2011), hal. 95.

¹⁶⁰ Sahri Muhammad, *Mekanisme Zakat dan Permodalan Masyarakat Miskin....*, hal.32-

¹⁶¹ Moh. Rifai dan Rosihin Abdulghoni, *Al-Qur'an dan Terjemahnya....*, hal. 470.

caranya dengan mengerjakan perintah Allah dan menjauhi larangannya.¹⁶²

Kewajiban zakat profesi ini bukan hanya terdapat pada pegawai PNS saja, tetapi profesi apapun, pedagang, pengusaha, maupun pegawai perusahaan swasta sekalipun juga memiliki kewajiban mengeluarkan zakat profesi. Untuk itu, sosialisasi maupun seminar ini hendaknya tidak hanya dilakukan kepada para muzakki yang telah membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, tetapi juga dilaksanakan kepada para praktisi, para pengusaha, profesi-profesi tertentu maupun para pedagang yang potensial mengeluarkan zakat profesi. Dengan demikian, hal ini dapat menjadikan penerimaan zakat profesi yang semakin besar dan dapat dikelola dengan baik oleh BAZNAS hingga tercapai apa yang menjadi tujuan dari zakat khususnya zakat profesi yaitu meratanya kesejahteraan masyarakat, bahkan tidak menutup kemungkinan dapat menjadikan mustahik menjadi muzakki pada akhirnya.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Susilawati dan Budiarta, yang berjudul *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*. Berdasarkan hasil analisis, disimpulkan bahwa

¹⁶² Malikhah, "Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam", dalam *Jurnal Al-Ulum* Volume. 13 Nomor 1, Juni 2013, hal. 131-133.

kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor.¹⁶³

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis karena penelitian ini bermaksud meneliti pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi perpajakan dan akuntabilitas pelayanan publik wajib pajak yang membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Kota Singaraja.

Jatmiko dalam studinya tentang *Pengaruh Sikap Wajib Pajak pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel bebas sikap WP terhadap kesadaran perpajakan (Sadar) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, diterima.¹⁶⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni penelitian dilaksanakan terhadap 100 wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang berada di kota Semarang.

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Tiraada dalam risetnya yang berjudul *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan*, diketahui hasil riset bahwa kesadaran perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan

¹⁶³ Ketut Evi Susilawati dan Ketut Budiarta, *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4.2 (2013), hal.

¹⁶⁴ Agus Nugroho Jatmiko, "Pengaruh Sikap Wajib Pajak pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang)", *Tesis*, Semarang:UNDIP, 2016.

Wajib Pajak.¹⁶⁵ Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yakni penelitian tersebut dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan* dengan menyebarkan 30 kuesioner kepada wajib pajak orang pribadi di Kabupaten Minahasa.

Kajian ilmiah yang pernah dilakukan oleh Gurning dengan judul *Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat Kecamatan Medan Baru dalam Membayar Zakat*, dari hasil kajian dapat diketahui bahwa tingkat kesadaran masyarakat Kecamatan Medan Baru dalam membayar zakat secara umum relatif baik dengan nilai 3,98 dari skala 5. Berdasarkan analisis faktor, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat Kecamatan Medan Baru dalam membayar zakat, yakni: tingkat pemahaman tentang zakat, tingkat kepedulian sosial, faktor respon terhadap pengaruh membayar zakat bagi muzakki, ketersediaan informasi tentang zakat, serta faktor layanan dan lokasi Lembaga/Organisasi Pengelola Zakat.¹⁶⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Baru dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 masyarakat muslim Kecamatan Medan Baru kemudian data dianalisis dengan menggunakan statistik

¹⁶⁵ Tryana A.M. Tiraada, "Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan", dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No.3 September 2013, hal. 1007.

¹⁶⁶ Herfita Rizki Hasanah Gurning, "Analisis Tingkat Kesadaran Masyarakat Kecamatan Medan Baru dalam Membayar Zakat", dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3 No.7, hal. 495-498.

deskriptif Untuk mendeskripsikan bagaimana tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat dan melalui analisis faktor, dapat diketahui pernyataan-pernyataan mana yang mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat Kecamatan Medan Baru dalam membayar zakat.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh penarikan sampel yang kurang tepat oleh peneliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah populasi, dengan demikian probabilitas menghasilkan riset yang signifikan tidak tercapai.

C. Pengaruh *Compromise Effect* terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

Hipotesis ketiga yakni *compromise effect* berpengaruh signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Hal ini mengindikasikan bahwa *compromise effect* berpengaruh tidak signifikan atau bahkan memiliki pengaruh namun sangat kecil terhadap motivasi. Dalam hal ini, ketidaksignifikanan pengaruh *compromise effect* terhadap motivasi dapat disebabkan oleh tingginya pengetahuan muzakki mengenai zakat profesi maupun atribut yang melekat pada produk zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Dengan pengetahuan memadai mengenai produk dalam hal ini zakat profesi, maka dalam membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, muzakki tidak memperhitungkan bagaimana

penilaian orang lain terhadap produk pilihannya dan bagaimana persepsi orang lain terhadap pilihannya yang rasional. Hal ini sesuai dengan pendapat Simonson, bahwa dalam *compromise effect* konsumen tidak semata-mata melihat utilitas atau kegunaan yang diperoleh dari produk, tetapi mempertimbangkan bagaimana orang lain menilai produk pilihannya.¹⁶⁷

Selain itu, ketidaksignifikanan pengaruh *compromise effect* terhadap motivasi juga dapat disebabkan oleh perilaku muzakki yang membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung bukan karena pengaruh orang lain atau teman kerjanya yang membayarkan zakatnya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Sebagaimana angket responden yang menyatakan rendahnya nilai skor pada poin tersebut, berarti muzakki kurang setuju atas pernyataan tersebut. Sehingga muzakki tidak mempertimbangkan persepsi orang lain atau muzakki lain atas motivasinya menunaikan zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Hal ini mengindikasikan bahwa muzakki zakat profesi termotivasi untuk membayar zakat profesi atas kemauan dirinya sendiri dan didasarkan pada pengetahuan muzakki atas zakat profesi maupun atribut yang melekat pada produk zakat profesi itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan muzakki yang memadai mengenai zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

¹⁶⁷ Ririn Sudarwati dan Eny Yuniriyanti, "Implementasi Model Pengambilan Keputusan Multi Atribut (*Multy Attribute Decision Making*), dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21*, Nomor 1, Maret 2016, hal. 17.

Sebagaimana disampaikan oleh Sheng, Parker dan Nakamoto keakraban produk berdampak pada efek kompromi. Lebih akrabnya individu dengan produk, semakin kecil kemungkinan dia akan memilih opsi kompromi pada set pilihan. Hal ini karena konsumen dengan keakraban produk yang tinggi dapat memperoleh informasi lebih lanjut baik dari lingkungan belanja dan memori mereka sendiri sebelum membuat keputusan.¹⁶⁸ Dengan demikian dapat diketahui bahwa muzakki yang memiliki pengetahuan mengenai zakat profesi menjadikan muzakki dalam membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung atas pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Hal ini menjadikan *compromise effect* dalam motivasi membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung rendah, sehingga *compromise effect* berpengaruh tidak signifikan dalam memotivasi muzakki membayar zakat profesi.

Selain itu, *compromise effect* kurang berpengaruh signifikan terhadap motivasi disebabkan oleh pengetahuan muzakki mengenai lembaga pengelola zakat dalam hal ini yang diketahui hanya Badan Amil Zakat Nasional. Jika muzakki mengetahui lembaga pengelola zakat lain, maka *compromise effect* akan dapat berpengaruh positif maupun negatif, karena adanya beberapa alternatif atau pilihan yang harus dipertimbangkan oleh muzakki dalam memilih lembaga pengelola zakat untuk menunaikan zakat profesinya. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Chang and Liu

¹⁶⁸ Junsong Chen, "Task Factors and Compromise Effect in Consumer Choice", dalam ANZMAC 2009, hal. 3.

bahwa ketika konsumen harus mengambil keputusan tentang atribut di bawah situasi ketidakpastian, mereka sering memilih dengan pilihan kompromi. Pernyataan tersebut menguatkan penemuan Sheng, Parker and Nakamoto, yang berhasil menguji minimalisasi terjadinya *expected loss* di bawah ketidakpastian keputusan yang berdasarkan pada mekanisme *compromise effect*, karena suatu pilihan kompromi dapat mengurangi konflik hubungan dengan cara merelakan suatu atribut untuk memperoleh yang lain dan menguatkan kombinasi antaratribut. *Compromise effect* menunjukkan keuntungan suatu merek ketika merek tersebut dijadikan konsumen sebagai merek yang dipilih dibandingkan pilihan ekstrim dalam sekelompok merek tertentu.¹⁶⁹

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Santosa dalam risetnya yang berjudul tentang *Compromise Effect on Consumers' Behavior*. Dari hasil hasil uji regresi diketahui bahwa *compromise effect* berpengaruh signifikan terhadap *the Attitude's creation (Ab)* dan *compromise effect* berpengaruh signifikan terhadap *the Subjective Norm (SN) creation*. Temuan mengindikasikan bahwa efek kompromi bisa mengembangkan penilaian subjektif konsumen, yang melalui integrasi kepercayaan konsumen dan evaluasi bisa membangun sikap konsumen. Sementara itu, penilaian subjektif konsumen mengarah pada sikap konsumen, yaitu didorong oleh kebutuhan untuk memenuhi keinginan dari orang-orang di sekitarnya. Namun, penemuan ini jelas perlu eksplorasi lebih lanjut dan

¹⁶⁹ Albari dan Dewi Amalia, "Analisis Preferensi Konsumen terhadap Paket Atribut Spesifikasi Produk Sebagai *Compromise Effect* terhadap Pembelian Notebook", dalam *SINERGI*, Vol. 10 No. 2, Juni 2008, hal. 68.

pengembangan. Sesuai dengan teori perilaku yang direncanakan, tiga prediktor perilaku yaitu niat, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan bekerja dengan baik.

Temuan penelitian ini, khususnya pengaruh efek kompromi dalam pengembangan sikap konsumen dan tekanan sosial, seharusnya berkontribusi besar dalam membangun sebuah teori baru; atau setidaknya memberikan penjelasan lebih lanjut tentang tujuan sikap dalam melaksanakan suatu perilaku tertentu. Bagi pemasar, temuan juga harus diperhitungkan. Saat mereka memasarkan produk tertentu, yang merupakan perpanjangan dari produk mereka, dan jika produk dengan kategori semacam itu tidak tersedia, mereka harus mengacu pada produk yang ada. Fokus pada kualitas dan harga produk tertentu harus diposisikan sebagai pilihan tengah. Akan lebih mudah bila produk tertentu adalah inovasi yang sama sekali baru. Dalam situasi seperti ini, pemasar harus hati-hati menentukan apa/ siapa target pasar mereka, produk jenis apa yang sudah tersedia, dan apa yang diproduksi pesaing mereka. Inovasi baru harus dipasarkan sebagai pilihan kompromi.¹⁷⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni dilaksanakan dengan mendistribusikan 100 kuesioner kepada responden yang pernah membeli atau berkeinginan membeli suatu jenis *soft drink*. Pemilihan sampel yang digunakan *convenience and judgment technique*.

¹⁷⁰ Markus Surkamta Eric Santosa, “*Compromise Effect on Consumers’ Behavior*”, dalam *Journal of Indonesian Economy and Business*, Volume 31, Number 3, September 2016, hal. 335-336.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Albari dan Amalia mengenai Analisis Preferensi Konsumen terhadap Paket Atribut Spesifikasi Produk Sebagai *Compromise Effect* terhadap Pembelian Notebook. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen yang menunjukkan paket B-T7100 lebih banyak dipilih dibandingkan dua paket yang lain, dengan total pilihan konsumen sebanyak 56 orang dibandingkan dengan jumlah frekuensi pilihan paket A (20 orang) dan paket C (20 orang). Pilihan paket tersebut juga didukung oleh tingkat tertinggi kepentingan konsumen pada atribut monitor notebook dengan ukuran kecil. Secara keseluruhan atribut paket B-T7100 bisa dianggap menjadi paket standar yang dapat dikompromikan dalam pilihan konsumen di antara tiga paket spesifikasi yang ditawarkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen mempertimbangkan paket B-T7100 dari WEARNES Bodline CNT-2011 sebagai paket spesifikasi dengan kategori menengah (*compromise effect*) di antara 3 paket spesifikasi yang ada.¹⁷¹

Penelitian ini berbeda dengan penelitian peneliti karena penelitian ini dilakukan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap paket atribut spesifikasi produk sebagai *compromise effect* terhadap pembelian notebook, dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 konsumen potensial yang belum memiliki notebook, yang berada di Kampus Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, El's Computer sebagai salah satu distributor terbesar dan terlengkap di Yogyakarta, serta

¹⁷¹ Albari dan Dewi Amalia, "Analisis Preferensi Konsumen terhadap Paket Atribut Spesifikasi Produk Sebagai *Compromise Effect* terhadap Pembelian Notebook", dalam *SINERGI*, Vol. 10 No. 2, Juni 2008, hal. 76-78.

beberapa tempat dan sarana umum, seperti Galeria Mall dan Ambarukmo Plaza.

D. Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan *Compromise Effect* terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

Hipotesis keempat yakni pengetahuan, kesadaran dan *compromise effect* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

Dengan demikian, untuk mencapai motivasi muzakki membayar zakat profesi yang baik perlu meningkatkan variabel kesadaran dan *compromise effect* dengan pengetahuan secara bersama-sama karena variabel *kesadaran dan compromise effect* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi secara parsial dapat menjadi berpengaruh signifikan apabila bersama-sama dengan variabel pengetahuan. Untuk itu, perlunya strategi pemasaran atau pengenalan produk zakat profesi kepada masyarakat yang telah membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, maupun masyarakat mampu yang belum pernah membayarkan zakat profesinya di BAZNAS tersebut.

Selain itu, diperlukan sosialisasi, seminar maupun kegiatan sejenis itu mengenai zakat khususnya segala sesuatu yang berkaitan dengan zakat profesi agar pengetahuan muzakki mengenai zakat profesi dan pelaksanaannya semakin tinggi dan menyebabkan semakin tinggi

kesadaran muzakki atas kewajiban mengeluarkan zakat profesi. Kemudian hal ini dapat pula menjadikan muzakki semakin termotivasi untuk membayarkan zakat profesinya di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.